

LOGISTICKÉ ETIKETY S SSCC KÓDEM VYTVÁŘEJTE ZDARMA (str. 2)

Nový nástroj pro tvorbu logistických etiket s SSCC čárovým kódem je připraven pro všechny dodavatele, jejichž informační nebo skladový systém nepodporuje označování palet SSCC kódy na adrese www.sssc.cz.

NEJVĚTŠÍM RIZIKEM CRM JSOU ZAMĚŠTNANCI (str. 5)

Systémy pro řízení vztahů se zákazníky se z hlediska bezpečnosti dat neliší od jiných informačních systémů. V případě Microsoft Dynamics CRM má zákazník ale široké možnosti volby. Největším rizikem totiž není systém samotný, ale zaměstnanci.

ČÁROVÉ KÓDY PROZRADÍ SPOTŘEBITELŮM O ZBOŽÍ TĚMĚŘ VŠE (str. 9)

Sdílení informací o potravinách se stává velkým tématem, které zesiluje nejen se změnou chování zákazníků a rozvojem technologií, ale také s novými povinnostmi výrobců a prodejců s přijetím nové směrnice 2011/1169/EU.

PROPOJTE E-FAKTURU SPRÁVNĚ S VAŠÍM ERP SYSTÉMEM (str. 12)

Zrovnoprávnění papírové a elektronické faktury otevřelo cestu dalšímu rozvoji elektronické fakturace a úsporám, které se v rámci EU odhadují na 240 miliard EUR v průběhu příštích šesti let při jejím plnohodnotném zavedení.

ROSTU, ROSTEŠ, ROSTEME ...



Život, který žijeme si vytváříme sami. Kolem každého z nás je řada podnětů, které nepůsobí na naši psychiku optimisticky, je nám servírována trvalá krize, hloupost, hamižnost, nespravedlnost. Je to pro nás důležité? Pouze na tolik, kolik sami dovolíme.

Již dva roky se Česká republika odráží ode dna hospodářské krize. Proč se naše zemička odráží a jiní se již odrazili? Proč někteří kolem nás už rostou? Co udělali lépe? Myslím, že odpověď je jednoduchá, pracují, mají svůj záměr a vůli jej dosáhnout. Neobviňují druhé a vnější okolnosti, zkrátka nemarní čas.

Jak jsme na tom my? V loňském roce narostl náš konsolidovaný obrát o 8 %, za letošní rok bude růst dvouciferný. Tomu odpovídá 26% nárůst provozního zisku a více než pětinové navýšení počtu ccváků, kteří přinesli nové pohledy, poznatky a zkušenosti.

Jak je to možné? Co jsme udělali lépe? Nejlepší odpověď na tyto otázky dává vnitřní dvojstrana, na které se odhlédneme malou ukázkou za naší knížkou. Jsou tam odpovědi na otázku, proč pracují právě v CCV. S velkou dávkou upřímnosti a odvahy tak na světlo světa vyplynuly firemní hodnoty, které ctíme.

Není sebemenších pochyb o tom, že hlavní naší silou je růst každého z nás, každého ccváka. Sdílíme společné kmenové (firemní) hodnoty. Naši značku budujeme zevnitř na firemní kultuře. Dodáváme-li našim zákazníkům užitek, který od nás chtějí, víme, že musíme porozumět jejich potřebám, vcítit se do jejich situace a problémů. Jen tak můžeme jejich očekávání nejen naplnit, ale i překonat.

Naše řešení a služby zákazníkům pomáhají, přinášejí jim větší pohodu - a samozřejmě i zisk. Na to všechno myslíme. Proto neskončíme na půli cesty jen proto, že formální úkol „cosi dodat“ byl splněn. Ve vzájemném vztahu se snažíme vytvořit skutečnou, nefalšovanou důvěru. Nesmí však chybět ani pokora učit se a schopnost naslouchat. A společná radost z velkého nebo i menšího díla, které se povedlo. Ctíme otevřenost a osobní přístup k našim zákazníkům, a tak naši zákazníci rostou a my rosteme spolu s nimi.

Dalibor Damborský

EDI ROZŠÍŘUJÍ NOVÍ VÝZNAMNÍ ODBĚRATELÉ VÍCE NEŽ 100 DODAVATELŮ UNI HOBBY ZAPOJENO DO KOMUNIKACE V REKORDNÍM ČASE

Spolehlivé a automatizované přenosy informací jsou klíčové pro úspěch spolupráce obchodujících firem. Elektronická výměna dokumentů je dnes pevně usazena jako standardní komunikační nástroj pro podporu obchodních a logistických procesů mezi odběrateli a dodavateli v maloobchodních řetězcích. Samozřejmostí je využití EDI (Electronic Data Interchange) také v dalších oblastech, kde je na rychlost a přesnost výměny dokumentů kladen snad ještě větší důraz, jako automotive či logistika, ale současně se rozšiřuje také do nových perspektivních oborů. Dodavatelé mohou nově navázat EDI komunikaci například s předním velkoobchodem elektromateriálu K & V ELEKTRO nebo internetovým obchodem MALL.CZ.

Své obchodní procesy zefektivnil také český řetězec hobbymarketů Uni Hobby. Stalo se tak díky zavedení elektronické výměny obchodních a logistických dokumentů se svými dodavateli prostřednictvím ORION EDI od společnosti CCV Informační systémy, která se stala poskytovatelem EDI služeb. Tento dynamicky se rozšiřující způsob výměny dokladů si přitom v Uni Hobby našel své místo velmi rychle. Od začátku září bylo v rekordně krátkém čase - během necelého měsíce a půl - do EDI komunikace zapojeno více než 100 dodavatelů.

Přenos dat mezi řetězcem Uni Hobby a jeho dodavateli byl zahájen na dokumentech typu objednávka (EDI zpráva ORDERS) a faktura (INVOIC). „Vzhledem k tomu, že náš sortiment čítá bezmála devadesát tisíc položek zboží od stovek dodavatelů, je pro nás maximální zjednodušení a zautomatizování výměny obchodních dokladů velkým přínosem. EDI proto vnímáme jako efektivní způsob obchodní komunikace, který je zcela v souladu s naší další plánovanou expanzí,“ říká Aleš Oulehla, místopředseda představenstva Uni Hobby.

Uni Hobby je nový ryze český řetězec hobbymarketů s rozsáhlým sortimentem zboží - od železářství přes elektro, stavebniny, dřevo, sanitu, barvy a laky, domácí potřeby nebo ruční nářadí až například po kompletní zahradnické potřeby. V současné době provozuje sedm hobbymarketů (v Brně, Pardubicích, Českých Budějovicích, Zlíně, Hodoníně, Jihlavě a Valašském Meziříčí). V plánu firmy je další expanze do středně velkých i menších měst, v první vlně se bude jednat zejména o otevření dvou nových hobbymarketů v Kladně a Uherském Hradišti.

Nasazením ORION EDI se Uni Hobby velmi rychle zařadilo po bok nejvýznamnějších tuzemských obchodních řetězců, které EDI dokází komplexně využívat. „EDI je desítkami let vyzkoušený a mezinárodně standardizovaný systém, který prokazatelně snižuje náklady na výměnu dokladů při současném výrazném zvýšení její rychlosti. Zároveň dochází i k velmi podstatnému snížení chybovosti. Věřím proto, že další EDI zprávy, jako například dodací list (DESADV) nebo příjemka (RECADV), budou brzy následovat, tak aby přínosy nasazení ORION EDI mohly být v Uni Hobby maximálně využity,“ doplňuje David Reichel, ředitel divize eBusiness společnosti CCV Informační systémy a dodává: „Za rychlou a úspěšnou implementací stojí kromě zkušeného týmu mých kolegů také příkladná spolupráce všech tří stran, tedy vedle samotného zákazníka také U&Sluno jako dodavatele ERP systému.“

Strukturovanou výměnu dat využívá nově se svými dodavateli také MALL.CZ, který mezi internetovými obchody zaujímá nepřehlédnutelné místo. V letošním roce navíc výrazně rozšiřuje pobočkovou síť svých kamenných provozoven, když se chystá otevřít už svou patnáctou pobočku. V předchozích letech společnost nově nasadila podnikový systém SAP a v současnosti obrátila svoji pozornost na efektivnější výměnu dat s obchodními partnery, konkrétně na EDI objednávky (ORDERS), avíza dodávek (DESADV) a faktury (INVOIC). „S ohledem na množství partnerů a rozsah sortimentu je přenos strukturovaných dat velmi žádoucí s ohledem na jeho přesnost, zautomatizování a v neposlední řadě s tím spojenou úsporu lidské práce na obou stranách dodavatelského vztahu. V první fázi realizujeme propojení s většími partnery a budeme rádi,



aby také menší dodavatelé s námi brzy komunikovali s využitím standardní strukturované výměny dat“, říká Michal Červený, specialista EDI ve společnosti MALL.CZ. Od začátku prosince 2013 je společnost ve standardním provozu služeb ORION EDI.

Mezi relativně nové obory, kam EDI komunikace výrazněji proniká, lze počítat také obchod s elektromateriálem. Společnost K & V ELEKTRO se svými 250 zaměstnanci provozuje velkoobchod a maloobchod s veškerým elektroinstalačním materiálem, má 10 prodejen elektromateriálu a skladuje 50 000 položek jako vodiče, jističe, vypínače, rozvaděče, zásuvky, relé, hromosvody, přímotopy, stykače, světelné zdroje nebo ohříváče vody. Výzkum realizovaný ve spolupráci s CCV Informační systémy právě mezi

partnery společnosti K & V ELEKTRO ukázal, že i mezi nimi panuje poměrně velká připravenost pro její rozvoj.

Partneři, kteří již EDI komunikaci s jinými firmami používají, zde tvoří 25 % objemu všech dokladů a dalších 46 % objemu dokladů představují partneři, kteří jsou připraveni elektronickou výměnu dokladů mezi svými systémy v dohledné době realizovat. „Rádi bychom proto našim partnerům nabídli propojení hned zkráje nového roku, abychom nastartovali očekávané přínosy od efektivnější dodavatelé komunikace až po důvěryhodnou archivaci elektronických dokumentů v souladu s legislativou“, osvětlil záměry Jan Vaněk, CIO společnosti K & V ELEKTRO.

Petr Ondrášek

O SOUZNĚNÍ VÍNA A SVĚTA INFORMAČNÍCH TECHNOLOGIÍ S MARTINOU KOTTOVOU, SOMMELIERKOU SPOLEČNOSTI GLOBUS ČR

Zavítá-li zákazník při nákupu v maloobchodním řetězci Globus do míst, která jsou věnována nabídce vín, často významně zpozorní. Informace o vínech zde totiž vedle zavedených cenovek mají také svou výjimečnou podobu pro uživatele chytrých mobilních telefonů. K nákupu jim totiž poradí aplikace s možností načtení produktových informací prostřednictvím QR kódů umístěných přímo u vybraných vín. Návštěvníci tak mohou sami vybrat víno jako zkušený sommelieři. Stačí opravdu jen velmi málo – aplikace Globus Sommelier v jejich telefonu či tabletu. Nejen o tom jsme si povídali s nákupčí a hlavní sommelierkou společnosti Globus ČR Martinou Kottovou.



Již tři roky zastáváte práci nákupčí a sommelierky ve společnosti Globus ČR a máte praxi na stejné funkci i z jiných obchodních řetězců. Co taková pozice obnáší?

Pozice nákupčí a sommelierky je opravdu zajímavá, avšak časově velmi náročná. Spoustu času trávím na cestách, ať už po ČR nebo do zahraničí, kde vybírám vhodná vína do našeho sortimentu, a současně s tím je samozřejmě spojené neustálé vyjednávání s dodavateli. Mojí náplní práce je také sledování trendů a vývoje trhu. Snažíme se neustále zákazníkům nabízet přitažlivé novinky a připravujeme speciální projekty na podporu prodeje.

Součástí jednoho takového projektu bylo i spuštění vůbec první aplikace v češtině pro mobilní telefony, která ukazuje, jak skloubit vína s pokrmy. Co vás k tomu vedlo?

Naším cílem je především přesvědčit zákazníky o tom, že i v hypermarketu se dá nakoupit kvalitní víno. Snoubení vína s pokrmy je v dnešní době navíc hodně populární mezi náročnějšími spotřebiteli. Právě pro ně jsme se společně

s CCV Informační systémy a Vínařským institutem rozhodli připravit něco výjimečného, čím bychom naši nabídku odlišili. Vína do aplikace byla pečlivě vybírána, na soubení spolupracujeme i s Ivo Dvořákem, vicepresidentem Asociace sommelierů ČR. Podle dobrých zákaznických ohlasů můžeme říct, že tento způsob podpory prodeje vybraných zahraničních a tuzemských jakostních vín s přívlastkem je pro jejich konzumenty více než užitečný.

Není to poněkud nezvyklé, studovat vlastnosti vína na obrazovce počítače?

Z konzervativního pohledu zcela jistě ano, ale musíme si uvědomit, kolik času dnes tráví lidé se svými mobilními zařízeními a jak se stávají plnohodnotnou součástí jejich života. A zde mám na mysli zejména bonitní zákazníky, kteří jsou hlavní cílovou skupinou pro nabídku vybraných jakostních vín. Navíc je tato jednoduchá interaktivní aplikace pro ně k dispozici okamžitě, kdykoliv ji zrovna potřebují, a to ve své aktuální podobě. Těžko po zaneprázdněném manažerovi

(pokračování na str. 3)

EFEKTIVNÍ IDENTIFIKACE ZBOŽÍ NAPŘÍČ DODAVATELSKO-ODBĚRATELSKÝM ŘETĚZCEM

Aby obchod mohl vzkvétat, musí se zboží hýbat. A když se zboží hýbe, podnik musí vědět jaké, kam, v jakém množství, v jakém balení, s jakou šarží a řadu dalších informací. Každým okamžikem přitom protečou mezi výrobcí, distributory, poskytovateli logistických služeb či koncovými prodejci tuny zboží, které je potřeba protistraně řádně identifikovat. Zpracování těchto informací však vyžaduje čas. V některých případech moře času. Naštěstí nám dnešní technologicky pokročilá doba může nabídnout chytré a osvědčené způsoby, jak zpracovávat informace související s tokem zboží rychle a bez chyb. Pojďme se tedy podívat, jak na to.

Na počátku je výměna kmenových dat

Samotný popis zboží zajišťují tzv. kmenová, nebo chcete-li produktová data. Jedná se o údaje, jako je název zboží, hmotnost, způsob balení a počet kusů v balení (tzv. spotřebitelské, obchodní a logistické jednotky). Pro identifikaci zboží v rámci standardizované elektronické výměny dat (EDI) podle normy EANCOM se používá tzv. GTIN (Global Trade Item Number), hovorově stále ještě běžně nazýván jako EAN zboží. Běžně se s ním setkáváme v podobě čárového kódu na většině produktů krátkodobé spotřeby.

GTIN - Global Trade Item Number = globální číslo obchodní položky

GTIN je numerická sekvence využívaná k identifikaci jakékoli obchodní položky (nebo služby), u které vzniká potřeba znovu obnovovat předem definovaná kmenová data a která může být objednávana, oceňována a fakturována na jakémkoli místě dodavatelského řetězce.

Za správnou identifikaci produktu je zodpovědný vždy ten, kdo jej uvádí na trh. Číselný rozsah pro vygenerování GTIN mu přiděluje organizace GS1, která tento číselník v rámci normy EANCOM, používané zejména v obchodě se spotřebním zbožím, spravuje. Pokud dochází ke změně produktu, jeho vlastností nebo i např. balení, pak je nutno pro jednoznačnou identifikaci produktu přiřadit mu nové unikátní číslo GTIN. Máme-li jednoznačně identifikováno zboží, je potřeba označit také jednotlivé články dodavatelsko-odběratelského řetězce. Pro označení těchto subjektů a jejich umístění je v rámci strukturované výměny dat používáno tzv. GLN číslo, přesněji GLN čísla. Podnik si může s pomocí GLN čísel označit nejen místo, kde se nachází, ale také všechny své sklady, prodejny či další pobočky.

GLN - Global Location Number

(do roku 2009 označováno jako ILN - International Location Number) představuje 13místný číselný identifikátor subjektu v rámci logistického řetězce. Slouží zejména k usnadnění a zefektivnění komunikace mezi obchodními partnery formou elektronické výměny dat (EDI). Díky GLN se jednoduše pozná příjemce, či zaslátel EDI zprávy.

GLN číslo je subjektu opět přiřazováno v rámci systému GS1 a při jeho generování stojí vždy na začátku mezinárodně platné předčíslí, které určuje zemi, ve které se subjekt/objekt

nachází (pro Českou republiku je to 859), následuje tzv. „global company prefix“, tedy sekvence čísel společná pro všechny lokace podniku a následuje čtyři až šestimístné číslo pro jejich konkrétní identifikaci, které si definuje podnik sám ze zvoleného rozsahu. Na konci pak stojí tzv. kontrolní číslice automaticky generovaná k tomu určeným algoritmem. Předtím, než se celý logistický tok rozjede, musí nastat mezi zapojenými subjekty výměna těchto kmenových dat. V oblasti obchodu se spotřebním zbožím by se dalo říct, že je dnes automatizace jejich výměny spíše na začátku. Pořád ještě dominuje tradiční papírová podoba a excelové tabulky doprovázející např. proces zalistování zboží.

Velcí odběratelé se snaží s tímto neduhem bojovat například pomocí různých B2B portálů. Tím však jen přenášejí práci na dodavatele, kteří pak do nich musí natukávat celé své produktové portfolio či ručně zadávat každou změnu. Má-li každý větší odběratel svůj vlastní B2B portál, může to pro dodavatele s větším počtem produktů představovat opravdu velkou zátěž.

První projekty v rámci České republiky, které se zabývají opravdovou automatizací a zefektivněním výměny produktových dat, se datují do roku 2002. V EDI komunikaci je možno k tomuto účelu použít zprávu PRICAT (katalog zboží a cen), její využití je však bohužel poměrně nízké. Málokterý subjekt na trhu totiž dosáhl technologické úrovně umožňující její automatizované zpracování. Pomoci pak v tomto mohou specializovaní poskytovatelé služeb elektronické výměny dat.

Mezi další varianty automatizované výměny kmenových dat patří tzv. datová synchronizace (GDSN – Global Data Synchronization), která využívá standardním způsobem definovaných elektronických katalogů pro správu a ukládání kmenových dat. Pro výměnu kmenových dat v oblasti obchodu se spotřebním zbožím v České republice se využívá také ORION eKatalog, jenž slouží ke správě a publikaci produktových dat v různých formátech podle požadavků protistran.

Tok zboží se začíná hýbat, transakční data začínají plout

Pokud jsou kmenová data zadána, zboží řádně označeno a partneři připraveni, přichází spolu s pohybem zboží opravdová smršť spjaté obchodní dokumentace. Objednávky, dodací listy, příjemky, faktury, příkazy k naskladnění/vyskladnění, zprávy o stavu zásob, to je jen malý výčet typů dokladů, které souvisí s výměnou transakčních dat. V rámci dodavatelско-odběratelského řetězce jsou do ní zapojeni nejen výrobce či distributor, ale zpravidla také poskytovatel logistických

služeb pro jednu či druhou stranu a často také samotný dopravce. Všichni tito partneři by měli být schopni zboží identifikovat i přebírat a uchovávat data získaná v průběhu pohybu položek v celém logistickém řetězci.

V oblasti obchodu se spotřebním zbožím je dnes již rutinně používána elektronická výměna dat (EDI) podle normy EANCOM. Velká většina obchodních řetězců a jejich dodavatelů využívá elektronické objednávky (ORDERS), kterých denně proudí jen přes řešení ORION EDI desetitisíce. Podobně jsou na tom také další standardní doklady transformované do EDI zpráv, jako faktura (INVOIC), dodací list (DESADV) či příjemka (RECADV). Jsou to právě dvě poslední zmíněné EDI zprávy, jež jsou významným způsobem spojeny s logistickým procesem a je možno je považovat za jeho přímou součást.

EDI zpráva DESADV (Despatch Advice) představuje elektronickou obdobu dodacího listu a specifikuje podrobnosti o dodávaném zboží. Měla by být zasílána před fyzickou dodávkou zboží, aby umožnila příjemci včasnou přípravu na fyzickou příjemku na základě přesných informací o jeho množství, způsobu balení a dalších informací. Tato zpráva je již dnes hojně rozšířená jak mezi dodavateli a odběrateli, tak u logistických operátorů.

Zatímco zboží samotné je v logistické terminologii možno chápat jako obchodní jednotku, pak sada těchto obchodních jednotek přepravovaná vcelku představuje logistickou jednotku.

V oblasti spotřebního zboží se obvykle jedná o paletu. Jsou to právě logistické jednotky, které odběratel přejímá při příjmu zboží a tyto jsou také obsaženy ve zprávě DESADV. Čím snáze lze logistické jednotky a jejich obsah v rámci dodavatelско-odběratelského řetězce identifikovat, tím je celý logistický proces efektivnější. Pro tyto účely se používá tzv. paletový štítek, nebo chcete-li logistická etiketa. Náležitosti logistické etikety upravuje systém GS1, který definuje informace na ní obsažené a podobu tzv. aplikačních identifikátorů (AI), které tyto informace nesou. Významným usnadněním identifikace logistické jednotky je pak využití tzv. SSCC kódů.

SSCC (Serial Shipping Container Code)

představuje 18místné číslo pro identifikaci logistické jednotky. Je zpravidla „zaneseno“ do čárového kódu, obvykle typu GS1-128 (dříve EAN-128), ze kterého je lze snímačem jednoduše načíst. Slouží k identifikaci konkrétní logistické jednotky při manipulaci a průchodu zboží dodavatelským řetězcem.

SSCC pro snadnou identifikaci logistické jednotky

Kombinace elektronického dodacího listu a SSCC kódu přináší skutečně silný nástroj, který dokáže významným způsobem zrychlit příjem a naskladnění zboží, kdy celá logistická jednotka je načtena pomocí jediného naskenování čárového kódu bez nutnosti jejího rozbalení. Samotný obsah logistické jednotky je určen pomocí DESADV, kde je to právě SSCC kód, s jehož pomocí je tato jednotka identifikována.

Rozmach využití technologie SSCC kódů lze v oblasti spotřebního zboží pozorovat

zejména v posledních dvou letech. V roce 2011 spustily společnosti AHOLD Česká republika a Henkel ČR pilotní projekt elektronických dodacích listů s identifikací palet přes SSCC kódy. Po jeho úspěšném dokončení vyzvala společnost AHOLD všechny své dodavatele k označování logistických jednotek tímto způsobem. Stejně se rozhodli zefektivnit dodavatelské procesy ve společnosti MAKRO Cash & Carry, které realizovalo pilotní projekt letos také na Slovensku. Podobný projekt připravuje také společnost SPAR ČOS. Tyto řetězce pak s účinností od začátku roku 2014 chystají v tomto smyslu svým dodavatelům upravit smluvní povinnosti.

Po kontrole příjmu zboží dnes již řada odběratelů zasílá také příjemku (RECADV), která informuje o odběratelem skutečně přijatém zboží. Tato zpráva je velmi důležitá pro dodavatele, neboť mu umožňuje ihned reagovat na eventuální nesrovnalosti a následně vystavit fakturu s jistotou, že bude protistranou akceptována. Dochází tak ke snížení počtu logistických reklamací, které často brzdí proplácení faktur kvůli drobným chybám při příjmu zboží.

Uvedené nástroje významným způsobem zefektivňují plánování přímky zboží a kapacit skladových prostor. Je potřeba si uvědomit, že základem vysoce efektivního toku informací spojeného s tokem zboží jsou správně nadefinovaná kmenová data, která stojí na počátku celého procesu. Pokud jsou tyto informace správné a korektně publikovány napříč celým řetězcem, pak vzniká jen minimum chyb při následné výměně transakčních dat, která jsou co do objemu nesrovnatelně větší. O další úspory se dále postará dobře nastavená EDI komunikace ideálně v kombinaci s využitím identifikátorů, jako jsou SSCC kódy. **Václav Kameníček**



Logistické etikety s SSCC čárovým kódem si vytvářejte a tiskněte zdarma na www.sccc.cz

Zcela nový on-line nástroj pro tvorbu logistických etiket s SSCC čárovým kódem připravila pro všechny firmy – dodavatele, jejichž informační nebo skladový systém nepodporuje označování palet SSCC kódy, společnost CCV Informační systémy. Na adrese www.sccc.cz je možné si nyní etikety s SSCC kódem během krátké chvilky nejen vygenerovat, ale rovnou i vytisknout. Uvedený nástroj je k dispozici zcela zdarma a každý zájemce si může jeho prostřednictvím vytvořit libovolné množství logistických etiket.

Tlak na snižování nákladů se v poslední době nevyhnul ani oblasti logistiky. Celá řada firem se proto snaží pomocí nejrůznějších nástrojů zrychlit cestu zboží napříč celým dodavatelsko – odběratelským řetězcem. Jednou z těchto cest je označování logistických jednotek (nejčastěji palet) etiketou s SSCC kódem, což přináší úsporu nákladů v podobě rychlejšího příjmu zboží i jeho naskladnění (až o 30 %), protože celá logistická jednotka je odběratelem přijata najednou bez nutnosti jejího rozbalení – kompletní obsah je načítán podle přiloženého SSCC kódu. Mezi další pozitivní efekty je možné zahrnout například výrazně lepší sledovanost zboží nebo zvýšení přesnosti při jeho zavádění.

Vzhledem k tomu, že někteří velcí odběratelé, jako například AHOLD nebo MAKRO Cash & Carry, již od všech svých dodavatelů označování logistických jednotek pomocí SSCC kódů vyžadují (a někteří další podobnou praxi zavádějí), začíná být používání logistických etiket s SSCC kódy každodenní realitou.

Z průzkumu, který společnost CCV Informační systémy realizovala mezi svými zákazníky a na školeních ORION Days v České republice a na Slovensku vyplynulo, že pouze 20 % firem disponuje systémem, který je schopen vygenerovat SSCC kód či jej doplnit na dodací list. Plných 60 % respondentů mimo stávající

zákazníky navíc vůbec netuší, jak SSCC kódy vytvářet. „*Nejen pro ty, kteří si s vytvářením SSCC kódů nevědí rady, je určen jednoduchý nástroj na stránkách www.sccc.cz, kde lze rychle a jednoduše vytvořit a vytisknout logistické etikety s SSCC kódem, které vyhovují standardu GS1 BarCodes a lze je tedy používat napříč celým distribučním řetězcem. Pro uživatele našeho řešení ORION EDI máme navíc k dispozici ještě sofistikovanější variantu tohoto nástroje, a to díky jeho integraci s tvorbou elektronického dodacího listu DESADV,*“ říká **David Reichel**, ředitel divize **eBusiness společnosti CCV Informační systémy.**

-kmm-

O SOUZNĚNÍ VÍNA A SVĚTA INFORMAČNÍCH TECHNOLOGIÍ...

(dokončení ze str. 3)

chtít, aby neustále studoval nabídku a vlastnosti vín na trhu, či s sebou vláčel nějakého tištěného průvodce. A přitom i on má jistě právo na správný výběr toho nejvhodnějšího vína pro danou příležitost.

Co konkrétního se mohou uživatelé díky Globus Sommelieru dozvědět?

Globus Sommelier se stala vůbec první aplikací v češtině, která ukazuje uživatelům chytrých telefonů, jak chutně sňoubit konkrétní vybraná vína s vhodnými pokrmy. Vína též hodnotí a vyzkoušená doporučení pokrmů uvádí včetně seznamu surovin. Pro nekuhaře navrhuje také správný druh syra. Od letošního podzimu nabízí aplikace nové desítky pečlivě vybraných sýrů, (včetně jejich fotografií), které mohou zákazníci rovnou k vínu zakoupit. Nabízí ale také návod na správný servis vína včetně výběru skla, dekantace, teploty či archivace.

Kterých vín se to aktuálně týká?

Nabídka aktuálně tvoří 115 vín. Jsou mezi nimi vybraná vína z Moravy a Čech zařazená jako jakostní a jakostní s přívlastkem od předních tuzemských značek jako například Habánské sklepy, Chateau Lednice, Sovín, Spielberg, Šlechtitelská stanice vinařská, Templářské sklepy Čejkovice, Vinium Velké Pavlovce, Vinné sklepy Valtice, Vino Mikulov, Vinselekt Michlovský, Zámecké vinařství Bezec nebo Znovín Znojmo. Ze zahraniční produkce potěší zákazníkovi nabídka vín z Austrálie, Argentiny, Chile, Francie, Itálie, Německa, Rakouska, Španělska nebo Nového Zélandu.

***Jak si mohou zákazníci aplikaci stáhnout
a pro jaké mobilní telefony je určena?***

Při samotném nákupu v prodejně si zákazníci mohou aplikaci jednoduše načíst informace o každém z vybraných vín prostřednictvím QR kódu umístěného přímo u vín na regálech. Kromě toho je verze pro Android ke stažení zdarma na Google play, stejně tak verze pro iPhone na AppStore. Nově je pak aplikace k dispozici i pro platformy Windows Phone a Windows 8. To představuje pokrytí až 94 % chytrých telefonů.

Jak byla aplikace přijata ze strany zákazníků?

Aktuálně se počet stažených aplikací pohybuje přes deset tisíc. To je dle mého názoru, a vzhledem k tomu, že se jedná o aplikaci privátní značky, hezký úspěch. Máme četné pozitivní ohlasy ze strany samotných uživatelů a také výborné recenze ze strany odborných novinářů.

Proč jste se rozhodli právě pro QR kódy?

Hlavním důvodem bylo, že jsou jednoduché. Zvažovali jsme, zda by bylo vhodnější využít v identifikaci zboží zavedeného standardu čárového kódu, který je přímo na láhvi, známého jako EAN, a který nese zakódované globální identifikační číslo zboží. To bylo ostatně navrhováno i ze strany dodavatele aplikace, GCV Informační systémy. Nicméně standardní čárové kódy zboží jsou dnes běžně využívány zejména jako logistická informace a jejich využití pro identifikaci směrem ke spotřebiteli bychom volili až tehdy, pokud by se aplikace vztahovala na veškeré prodávané zboží v obchodě.

Pojďme se od technologií vrátit zpět k samotným vínům. Kde jste si naposledy pochutnala na něčem výjimečném?

Vzhledem k mému povolání mám každou chvíli možnost ochutnat velmi dobrá vína. Spoustu zajímavých vín jsem letos ochutnala na veletrhu Vinexpo v Bordeaux, ale pokud mám zmínit konkrétní víno, které mě v poslední době zaujalo, tak je to určitě Champagne Legras, Blanc de Blanc ročník 1996.

Měla byste závěrem pro naše čtenáře nějaké další tipy?

To své oblíbené víno si každý musí, například nás díky naší aplikaci, nalézt sám. Mezi favority určitě budou patřit moravská přívlastková vinařství. Ze zahraničních pak ráda doporučím třeba sauvignon z Nového Zélandu. Velmi si vážím, že naše nabídka slavila v červnu úspěch na mezinárodní soutěži vin Sauvignon forum2013 a Czech International Wine Competition 2013.

kde prvenství získal právě Globus Odborná porota udělila hned dvěma vinům z vinotéky Globus nejvyšší ocenění. To nejvyšší získalo naše novozélandské víno Awatere Sauvignon blanc z vinařství Astrolabe, které bylo oceněno jako nejlepší víno v kategorii bílých vin a zároveň získalo nejvyšší možné ocenění jako absolutní šampion celé výstavy. Pokud hledáte zajímavou kombinaci, pak určitě zkuste Chablis a ústřice.



VYHRAJTE RECEPTEM NEBO OHROMTE SVÝMI ZNALOSTMI O VÍNĚ DÍKY MOBILNÍM APLIKACÍM

Mobilní aplikace jsou určené pro chytré telefony, tablety a jiná mobilní zařízení. Můžeme je proto mít neustále po ruce a jejich prostřednictvím využívat užitečné funkce, které využívají vlastností těchto zařízení. Vybrali jsme pár tipů na některé čerstvé aplikace, které v letošním roce byly vydány ze strany CCV Informační systémy ve spolupráci s partnery.

Spotřebitelské soutěžení s COOP

Česká a moravská družstva COOP spustila zákaznickou soutěž pro uživatele své první mobilní aplikace COOP DOBRÉ RECEPTY. Ta přináší zájemcům zdarma kulinařské recepty z kvalitních českých surovin privátních značek COOP. Do jejich tvorby, hodnocení kvality či vytváření žebříčků oblíbenosti se může zapojit každý uživatel v rámci spotřebitelské soutěže.

Najde zde inspiraci pro snídaně, polévky, obědy, moučníky, nápoje či zdravou výživu. Pokud uživatel aplikace nemá v plánu zrovna vařit, ale nejprve nakupovat v prodejnách družstev COOP, nabízí mu aplikace rovněž informace o potravinách označených privátními značkami maloobchodního řetězce COOP. Unikátní řada COOP DOBRÉ JISTOTY upozorňuje zákazníka na výrobky, které byly zavedeny do prodáváňého portfolia po ověření, že splňují náročné požadavky na bezpečnost, ekologii, kvalitu a jsou navíc českého původu.

„Tyto výrobky jsou vyráběny s nejméně 90% podílem české práce a minimálně z 80 % českých vstupních surovin. Recepty obsahují postup přípravy pokrmu, ale také seznam použitých surovin se zvýrazněním produktů, které jsou označeny privátními značkami COOP,“ vysvětluje Josef Čep, jednatel společnosti COOP MORAVA, která společně s COOP Centrem zajišťuje integrovaný nákup potravinářského i nepotravinářského zboží do velkoobchodních skladů a prodejen jednotlivých spotřebních družstev.

Wine Hero prověří pět úrovní znalostí

Premiéru mobilní aplikace si při příležitosti veletrhu VINEX přichystal Vinařský institut ve spolupráci se společností CCV Informační systémy. Wine Hero detailně mapuje 50 nejznámějších odrůd vín světa a desítky druhů s nimi souvisejících pokrmů. S pomocí této aplikace, sestavené špičkovými sommeliery, se už nikdy nespletete nejen při výběru správného vína ke správnému pokrmu, ale také třeba správné skleničky nebo u optimální teploty servírovaného vína.

Aplikace Wine Hero láká herními prvky, jimiž uživatel může ověřit své znalosti o víně. Pokud se vám podaří získat hvězdičky ve všech úrovních, stanete se skutečným „pětihvězdičkovým“ Wine Hero. Herní kvíz rovněž můžete sdílet prostřednictvím aplikace a sociálních sítí se svými přáteli.

„Aplikace Wine Hero udělá radost každému, kdo má rád víno. Přináší v atraktivním animovaném prostředí množství informací o nejznámějších světových odrůdách vína a je jen na každém jejím uživateli, zda se bude chtít stát skutečným znalcem vína,“ doporučuje **Ivo Dvořák, viceprezident Asociace sommelierů ČR**. „Nejenže pak potěší sebe, ale jistě oslní své přátele, nadchne partnera a překvapí odborníka. Správným výběrem, podáním a snoubením vína s pokrmem si vše může

vychutnat mnohem lépe,“ dodává mistr světa a jedenáctinásobným vítěz sommelierských soutěží v ČR.

Globus Sommelier také pro Windows

Mobilní aplikace se posouvají také na dotyková zařízení se systémy Microsoft Windows. „Globus Sommelier je velice pěkně zpracovaná aplikace, která svým příjemným uživatelským prostředím, které dobře zapadá do operačního systému, rozhodně nezapadne v množství ostatních, které vývojáři nabízí na Windows Store, a to nejen v oblasti životního stylu. Je příjemné, když mobilní aplikace přináší kromě informací a zábavy i konkrétní praktický užitek, který je v tomto případě

zcela zjevný," říká Filip Řehořík, manažer vývoje aplikací ve společnosti Microsoft.

Víno na dotek plní samotní vinaři přes ORION eKatalog

CCV Informační systémy letos připravila se Svazem vinařů a Vinařským fondem očekávanou mobilní aplikaci VÍNO na dotek. Informace o vinech, prodejních místech a svých vinařstích spravují sami vinaři. Rozsahem informací o víně ojedinělá aplikace využívá pro zalistování vína do mobilní aplikace ze strany moravských a českých vinařů řešení ORION eKatalog, které současně slouží pro zalistování produktů u obchodních řetězců. Aplikace VÍNO na dotek tak přináší ucelený katalog vín a prodejních míst našich vinařů.

Správa tohoto katalogu vín, vinařství a prodejních míst je přístupná všem producentům vína v ČR bez ohledu na velikost podniku. V současnosti nabízí několik tisíc vín od více než stovky producentů.

Aplikace dále umožňuje pomocí nabídky Moje vinotéka spravovat jednoduchou formou přehled vína, která má uživatel k dispozici, až u doma nebo uskladněná ve vině sklepě. Nabídka Chci ochutnat umožňuje vést jednoduchý „nakupní seznam“, který bude uživateli vždy k dispozici v telefonu. Další možností, kterou aplikace Víno na dotek poskytuje, je nabídka Moje ochutnávky. Uživatel si může k jednotlivým vínům psát vlastní poznámky či hvězdičkové hodnocení, ale také jej sdílet s přáteli ze sociálních sítí Facebook nebo Twitter. **-on-**

WINE HERO

O2 - CZ 3G 11:07

Volba

Pokrmý

Vína

Quiz

Aplikace má svou bezplatnou a placenou verzi. Poskytuje mnohem více informací než jen o snoubení vína s jídlem. Další oblasti odkrývá pět úrovní zábavného herního kvízu, díky němuž si můžete ověřit a procvičit získané znalosti o odrůdách vín a jejich podávání.

Vlastník: sdružení Chytrý sommelier

Výroba: CCV Informační systémy, Inflex a Vinařský institut

Podporuje: Android a iOS

www.winehero.cz

3.000+ stažení

VÍNO NA DOTEK

Vino na dotek

Vino z Moravy vína z Čech

VINÁŘSKÝ FOND ČR

Projekt s podporou Vinařského fondu

První vinařská aplikace, která přináší ucelené informace o konkrétních víněch našich vinařů a je tak nejucelenějším přehledem tuzemských vín na trhu. Zároveň umožňuje uživateli vést si o víněch vlastní poznámky nebo hodnocení a ty pak sdílet s dalšími uživateli aplikace.

Vlastník: Vinařský fond

Výroba: CCV Informační systémy, Inflex, Mobile Solutions a Svaz vinařů ČR

Podporuje: Android a iOS

www.vinonadotek.cz

3.000+ stažení

POSILUJEME NÁŠ OBCHODNÍ TÝM, JEHO VEDOUCÍM SE STAL ROMAN FUCHS

Novým vedoucím obchodního oddělení divize Business Solutions společnosti CCV Informační systémy se na sklonku léta stal Roman Fuchs. Současně došlo i k dalšímu posílení obchodního týmu o dva nové account managery – Petra Kloudu a Lubomíra Veselého. Cílem personálních změn je zejména zlepšení kvality servisní a poradenské péče o zákazníky, která je navíc podpořena novou verzí portálu podpory pro všechny zákaznické divize.

Roman Fuchs přichází na místo vedoucího obchodního oddělení po 15 letech práce v CCV Informační systémy, kde dříve zastával pozici account manažera a vedoucího manažera logistických projektů. Předtím působil v obchodní pozici ve společnosti Generis, která se stala předmětem akvizice ze strany CCV Informační systémy.

„Naším cílem je co nejlépe využít dosavadních zkušeností Romana Fuchse a dále rozvíjet náš zákaznický orientovaný přístup. Na prvním místě je samozřejmě kvalitní tým. Současně přicházíme i s rozšířeným portálem podpory našich zákazníků, který představuje přehledný a otevřený prostředek komunikace,“ říká **Marek Procházka, ředitel divize CCV Business Solutions.**

Nový webový portál představuje propracovaný nástroj pro správu zákaznických požadavků, který přehledně zobrazuje nejen jejich stav a historii, ale také například přiřazení zodpovědnosti, definici případné překážky nebo vyjádřenou složitost příslušného požadavku. „Zákazníci tak mají dokonalý přehled o svých požadavcích včetně možnosti



Petra Klouda

vyhledávání, filtrování, získávání nejruznějších přehledů či detailních zobrazení jednotlivých požadavků. Nezůstáváme jen u těchto kroků. Pro lepší správu zákaznických požadavků nasazujeme sami sobě systém Microsoft Dynamics CRM,“ vysvětluje **Roman Fuchs.**

Roman Fuchs (41) vystudoval Fakultu informatiky Masarykovy univerzity. Je ženatý, má 2 děti, mezi jeho zájmy patří cestování, lyže a florbal. Petr Klouda (32) přichází ze společnosti Moravia Propag, kde se věnoval realizaci

marketingových projektů, a předtím firmy Outward Bound – Česká cesta, kde působil jako hlavní lektor. Jeho nejoblíbenějším koníčkem je čerstvě založená rodina a starost o její spokojenost. Lubomír Veselý (28) je absolventem VOŠ Informačních systémů a služeb v Brně, od roku 2004 se věnoval obchodní činnosti ve firmách Medica Health-World a Moravia Propag, kde byl zodpovědný za rozvíjení klíčových klientů a expanzi firmy na ruské trhy. Mezi jeho záliby patří potápění

-kmr-



Lubomír Veselý

ROZHOVOR S ROMANEM FUCHSEM, VEDOUCÍM OBCHODNÍHO ODDĚLENÍ DIVIZE BUSINESS SOLUTIONS

Jaké vlastnosti by měl mít dobrý obchodník?

Možná to bude znít překvapivě, ale podle mne je to trpělivost a pochopení. V oboru informačních systémů dnes nejde o klasický prodej, kdy prostě předpokládáte nějaké potřeby zákazníka a prezentujete rovnou svůj produkt. Dobrý obchodník u nás je spíše konzultantem, který se zaměřuje více než na produkt na jednotlivého zákazníka a měl by mít na paměti, že zákazník má své potřeby, které nejprve musíme dobře poznat. Tudiž by měl být schopen s ním navázat vztah, porozumět jeho problémům, zjistit zákazníkem vnímanou hodnotu, a najít adekvátní řešení s odpovídajícím přínosem. A to ve vyvážené míře pro obě strany. Tím, že mluví se zákazníkem spíše o budoucnosti tak je marketingovým nástrojem pro obě strany obchodního vztahu.



Co klienti na vašich řešeních oceňují nejvíce?

Krásnými okamžiky bývají chvíle, kdy zákazník hledí na nově otevřené dveře, které mu poodhalí další kousek znalostí a zkušeností mých kolegů a které zvalojí v zákaznickovi zájem o další spolupráci. Krátce příležitost. Není náhodou, že většinu nových zákazníků získáváme na doporučení těch stávajících. Proto si cením právě takových kolegů, na něž je spolehnouti, že zákazník nedostane klouzačku, když chtěl houpačku. Společně s firemní kulturou je to nejstabilnější hodnota, jakou jsme schopni do našich řešení promítnout.

Jak si vybíráte lidi do svého týmu?

Pro všechny případy, ať už jde o account manažera, programátora či projektového vedoucího, je pro mě důležité, že u daného člověka vnímám schopnost převzít zodpovědnost za výsledky své práce. Její nedílnou součástí je umět najít řešení, proto upřednostňuji lidi s konstruktivním přístupem k hledání cesty k cíli a s ochotou se na tomto hledání podílet. V našem týmu nemá místo ten, kdo sám sebe staví do role oběti.

Jaký styl řízení týmu vyznáváte?

Při práci se zákazníky se můžeme opřít o řadu nástrojů, od sledování výsledků plnění plánů s používáním metrik CRM systému, až po nový zákaznický portál pro sledování plnění požadavků. Osvědčil se mi vedle toho spíše neformální styl řízení, ale orientovaný na výsledek s pravidelnou a krátkou zpětnou vazbou.

Jak donutíte lidi v týmu, aby udělali, co je potřeba?

Nemyslím, že je potřeba nutit, stačí najít vhodnou motivaci. Radost z práce je geneticky ukotvena do naší firemní kultury, ke které patří celkem otevřené vztahy. Jako firma se odlišujeme podle mého názoru tím, že stále i po dvaceti letech přetrvává jakýsi vnitřní duch brát osud CCV Informační systémy za svůj. Cítím kolem sebe nadšení a chuť být pro zákazníka oporou. Tyto hodnoty přecházejí i na nové členy a členky týmu. Je v tom zřejmě i určitá magie.

Na co se chcete v nové pozici především soustředit?

Být našim zákazníkům partnery pro jejich rozvoj a iniciátory zajímavých řešení, které jim poskytnou konkurenční výhodu. Rád bych také dosáhl toho, že pomůžeme zlepšit komunikaci s jednotlivými uživateli na straně zákazníků ohledně jejich potřeb, vyjasnit například přiřazení zodpovědnosti za realizaci, definici případné překážky nebo vyjádřenou složitost příslušného požadavku.

Jak se trh, na kterém působíte, promění v následujících deseti letech? Co to bude znamenat pro váš produkt?

Podle mého soudu bude samotná technologie spíše ztrácet na významu a bude posilovat hodnota spojená s hlubší orientací na konkrétní potřeby. Přibývají a budou přibývat lehcí řešení, která umožní snadnější sdílení informací až do mobilních zařízení. Systémy umět generovat množství dat, ale zákazníci budou vyžadovat pouze klíčové a výrazné redukované informace. Pro některé produkty

obecně to bude znamenat odchod do pravěku a naopak pro některé naše produkty to zúročíme.

Ve stejné firmě působíte už 15 let. Nejste přece jen už trochu unavený? Neuvažoval jste o přechodu do jiné společnosti?

Někdy ano, ale nedělám si iluze, že by jinde člověk nikdy unavený nebyl. Zajímavá nabídka se čas od času objeví. Nicméně vždy jsem schopen najít dostatečnou motivaci zůstat. Mám na naši firmu rád, že máme pořád před sebou inspiraci. Pomáhá, když přijde čerstvý vítr, který přifoukne nové lidi, jindy zase spokojený zákazník. Je toho dost.

Jaké nejvýznamnější projekty vás letos pracovně zasáhly?

Z hlediska náročnosti a s tím souvisejícího mentálního soustředění byly největší pracovní výzvou uplynulého roku projekty nasazení nových ERP systémů do nákupní centrály COOP Morava, stavebninového řetězce Stavospol nebo velkoobchodu s konzervovaným zbožím Gaston, kde jsme navíc současně nasazovali nový WMS systém pro řízení skladu.

Máte nějaký profesní sen?

Celoživotní profesní sen je pro mě věnovat se činnostem, které přinášejí výsledek. A především těm, které ve mně vyvolají vnitřní pocit a přesvědčení, že onen výsledek je ten správný. Když narazím na nějaký destruktivní přístup, nečistou hru či neochotu překonat překážky, tak je to pro mne zlý sen. Patřím ale spíše mezi ty šťastné, kteří svůj profesní sen právě šťastně prožívají.

-ktk-



RADOST Z PRÁCE



NEJVĚTŠÍM RIZIKEM CRM JSOU ZAMĚŠTNANCI

ŘÍKÁ MAREK PROCHÁZKA, ŘEDITEL DIVIZE CCV BUSINESS SOLUTIONS

Jaký má obecně přínos CRM pro finanční manažery?

Mám zkušenost, že nejčastěji to byli právě lidé na pozici CFO, kteří byli iniciátory změny ve firmě s cílem zavést CRM systém. Není to ale až tak překvapivé. Finanční manažeri či finanční ředitelé získají z CRM zejména klíčové informace o historii obchodních aktivit a aktuálním stavu plnění finančních nebo obchodních cílů, a to v pro ně srozumitelné, ucelené a stručné podobě. CRM jim též zabezpečí prezentaci známých, ale mnohdy nedostupných či neprovázaných informací potřebných pro predikce vývoje situace či korekce obchodních plánů nebo jako podklad pro strategický rozvoj.

Přesah benefitů je však daleko širší, pokud pomineme zcela jasné výhody pro obchodníky, tak můžeme zmínit třeba i šetření investic do interních zdrojů, kdy například s obchodem obchodního konzultanta neodejde i historie jeho práce.

V čem se hlavně liší požadavky finančních manažerů a obchodníků?

Požadavky mohou vyplývat z různého úhlu pohledu těchto rolí. Zatímco pro finanční manažery jsou klíčové zejména celkové údaje a analýzy, včetně budoucích predikcí, obchodní ředitel může posílit výkonnost obchodního oddělení, ale také se přestane obávat špatného obchodníka vyhodit, aniž



by se musel bát o ztrátu jím servisovaných zákazníků. Obchodník zase nejvíce využije detaily jednotlivých případů doslova po ruce. Představte si například situaci, kdy má obchodník sjednanou schůzku u klienta, ale nemá tušení, jak byly uspokojeny všechny jeho dodavatelské požadavky. Nebo situaci, kdy na místě řeší otázky, které mezitím

s klientem řeší jiná část firmy, například servisní oddělení. Nebo neschopnost odpovědět na otázku, kolik konkrétního zboží je aktuálně skladem. Do této situace se dostane poměrně snadno, pokud jeho zdroje informací nebudou vycházet právě z funkčního CRM integrovaného na potřebné zdroje informací.

Co by mělo předcházet nasazení informačního systému?

Na počátku vždy stojí kvalitní analýza. Lidsky řečeno, je třeba si velmi podrobně popovídat, jaké problémy můžeme vyřešit, deklarovat podle toho cíle projektu a určit předpokládané přínosy pro jednotlivé role. To je velmi důležité, protože podle analytické společnosti AMR Research až 47 % uživatelů tradičních CRM systémů je důsledně nevyužívá, což představuje vážný problém. Proto je tedy důležité nalezení správných motivů pro příslušné uživatele, kteří by měli se systémem pracovat a kompetentních osob zodpovědných za implementaci na straně zákazníka. Tedy ochota dotáhnout nasazení CRM do zdárného konce. A pak také připravenost investovat adekvátní prostředky – jak finanční, tak i lidské v podobě aktivní účasti na projektu.

Jak docílit efektivního CRM?

Systém pro měření úspěchu či neúspěchu CRM projektu, často označovaný termínem „CRM dashboard“, vypichuje a graficky znázorňuje výkonnostní ukazatele důležité z pohledu jednotlivých manažerů, udržuje manažery v obraze o stavu a plnění stanovených ukazatelů (a tedy plnění CRM cílů) a současně dává manažerům podklady pro rychlé rozhodování na základě znalostí aktuální situace a vývoje. Systém na měření výsledků CRM implementace nemůže být

správně nastaven, pokud nejsou správně nastaveny a realizovány samotné procesy řízení vztahů se zákazníky.

Jakým způsobem je v CRM zohledněna bezpečnost dat?

CRM se v tomto směru neliší od dalších informačních systémů, potažmo libovolného zdroje dat. Největším rizikem totiž není systém samotný, ale zaměstnanci. Ti musí mít například ve smlouvách definovány sankce za případné úniky informací. Samotný přístup k nim lze pak samozřejmě nastavovat v rámci různých úrovní, avšak je to vždy individuální balanc mezi důvěrou či bezpečím a flexibilitou či rychlostí jednání.

Podle čeho vybírat dodavatele CRM?

Kromě jeho odborných znalostí, stability, finanční nabídky apod. je třeba zohlednit jeho schopnost integrace s dalšími systémy dle potřeb. CRM je totiž sice primárně pro zpracování takzvaných „měkkých“ dat, ale potřebuje také informace nutné k plnění dodavatelských požadavků. Tato „tvrdá“ data čerpá například z ERP nebo WMS systému.

V případě praktických implementací je třeba dbát i na to, aby došlo k provázání potřebných informací třeba právě z podnikového a skladového systému a v takovém případě vybrat dodavatele, kteří jsou schopni potřebné informace beze zbytku integrovat. **-ktk-**

MORAVSKÁ PREMIÉRA MICROSOFT DYNAMICS CRM 2013

Ve spolupráci se společností Microsoft Česká republika představilo CCV Informační systémy novou verzi systému Microsoft Dynamics CRM 2013, který je od listopadu uvolněn pro český trh. Premiéru pro zákazníky na Moravě si nová verze touto akcí odbyla 27. listopadu.

Vedoucím pracovníkům obchodu nebo marketingu byly představeny také ukázky, jak rozvíjet své obchodní a marketingové procesy s pomocí CRM systému pro řízení vztahů se zákazníky. Prezentace zaměřená na plánování, řízení a realizaci obchodních a marketingových aktivit s pomocí nástroje Microsoft Dynamics CRM se uskutečnila v prostorách Microsoft Inovačního Centra v Brně – Králově Poli společně se křtem nového systému.

-Iza-



NEJLEPŠÍ PROJEKTY EDI KOMUNIKACE ZA ROK 2013 OCENĚNÝ

Nejlepším projektům byla také v letošním roce udělena ocenění za logistickou inovaci a propagaci EDI (Electronic Data Interchange). V letošním roce tak cena putuje do společností Makro Cash & Carry, Henkel a OBI.

Soutěž vyhlašovaná portálem EDIzone.cz tradičně poukazuje na projekty, které vedle svého inovačního charakteru měřitelně prokázaly také silný mediální dopad. Slavnostní předání vítězům letošního ročníku proběhlo za účasti několika desítek hostů ve čtvrtek 5. prosince 2013 ve vinařství Dufek ve Svatobořicích u Kýjova.

Mezi oceněnými projekty obdrželo hlavní cenu **Makro Cash & Carry** za projekt urychlení příjmu zboží a zlepšení jeho dosledovatelnosti s elektronickými dodacími listy (EDI zpráva DESADV) a identifikací palet přes SSCC.

Také **Henkel ČR** byl oceněn za využití elektronických dodacích listů ve formátu EDI doplněných identifikací palet přes SSCC kódy, kdy navíc jako první dodavatel na Slovensku začal zasílat partnerům elektronické avízo o dodání zboží.

Mezi trojicí oceněných nechybl ani loňský vítěz, **OBI Česká republika**, za projekt rozšíření EDI komunikace o nasazení zprávy REMADV - avízo o úhradě platby pro rychlejší a přesnější párování úhrad partnera k fakturám.



POZNAMENEJTE SI DO KALENDÁŘE

Řízení a optimalizace zásob

Určeno pro vedoucí nákupu, logistické manažery nebo členy vedení firem, kteří by potřebovali zlepšit zdroje alokované v zásobách s pomocí systému jejich plánování, řízení a optimalizace.

- Brno – úterý 14. ledna 2014

Přecházíme na elektronické doklady

Školení pro firmy, které chtějí pracovat s elektronickými dokumenty efektivně. Registrujte se a získáte plán přechodu na elektronické doklady na míru na www.ccv.cz/edoklady

- Brno – úterý 21. 1. 2014
- Praha – čtvrtek 23. 1. 2014

Den ředitele obchodu a marketingu

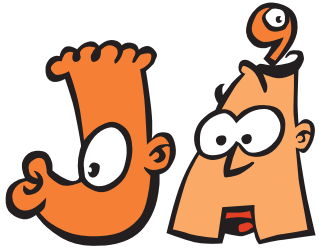
Seminář je určený pro vedoucí pracovníky obchodu a marketingu. Je zaměřený na plánování, řízení a realizaci obchodních a marketingových aktivit s pomocí nástroje Microsoft Dynamics CRM 2013. Posuňte obchod a marketing o úroveň výš díky nejmodernějším trendům v řízení vztahů se zákazníky, dodavateli a partnery. Registrujte se na www.ccv.cz/crm

- Praha – středa 22. 1. 2014

Mobilizujeme řízené sklady

Je určeno především pro vedoucí ekonomické pracovníky (CFO) a obchodní ředitele, dále logistické manažery, případně podnikové IT manažery (CIO) obchodních a výrobních firem. Dozvědí se, jak se vyznat ve skladových procesech nebo jak rozlišovat mezi WMS a systémem adresné skladové evidence. Rozhýbejte svoje úspory v logistice a registrujte se na www.ccv.cz/sklad

- Brno – úterý 21. 1. 2014
- Praha – čtvrtek 23. 1. 2014



MÁME RADOST ZE SPOLEČNÉ PRÁCE

O CCV Informační systémy se toho z různých zdrojů můžete dozvědět opravdu mnoho. Byli jste ale někdy v naší „kuchyni“? V místech, kde se „vaří“ plány a strategie nebo programové kódy? Že ne? Nyní máte ideální příležitost zjistit, co dobrého i špatného patří k naší firemní kultuře.

Společné úsilí totiž dalo vzniknout ojedinělé publikaci s názvem Já a můj kmen. Přináší autentické výpovědi více než tří desítek lidí, kteří se rozhodli s velkou mírou odvahy a upřímnosti odpovědět na zdánlivě jednoduchou otázku, proč právě v CCV společně pracují. Už jen mimořádná různorodost obsahu, formy či délky odpovědí dávají tušit, že to mnohdy nebyl úkol zrovna jednoduchý. O to více jsou však texty upřímné a mnohé vypovídající. Všechny 33 textů je ale pořádně velké sousto, proto jsme pro „Timesy“ vybrali jen jejich menší část.

Více než dvacetiletou existenci firmy dokazujeme, že máme schopnosti přežít, prodávat legendární služby a dodávat užitek, který od nás klienti chtějí. Jsme lidé, kteří to umí a umí se tím uživit. Chceme, aby CCV bylo pro všechny svobodným prostorem plným radosti, který všechny nejen užívá, ale dá i pocit štěstí.

Chceme, abychom si i nadále uměli vytvořit společně zážitek z práce a dokázali se odpoutat od potřeby pracovat z důvodu pouhého přežití a zabezpečení se. Posunout se co nejvíce k tomu, že naše společná práce (nejen) nám přináší radost. A myslíme si, že mnohým z nás se to již daří, jak ukazují další řádky.

Co patří k naší firemní kultuře? Proč tedy lidé v CCV pracují? Protože musí? Protože chtějí? Pro peníze? Pro zábavu? Ano, i takové názory se objevují, ale nakonec se jich podařilo sesbírat mnohem, mnohem víc.

A jak že se tedy zaměstnancům mezi „dvěma cibulemi a vokrkou“ žije?

Vybrané příspěvky jsou zveřejněny pouze s jazykovou korekturou v pořadí, v jakém přicházely. Chceme být legendární, víme, že musíme být otevření, upřímní a mít odvahy se na sebe pravdivě podívat.

*BRÍFEM JE STANOVEN SKOUP
A S PROUDŽEKTEM NABADŽETUJEME ZDROJE.
DO ATLASIJEN JÍRY OZNAČÍME TÁSKY,
ROZVEDEME DO ÍŠJÚ, NA TĚCH PAK SUBTÁSKY,
OLEJBLUJEME A ESKJÚEL DOTAZEM
VYTÁHNEME JAK PROUDŽEKTY, TAK
KOMPONENTY. EVIDUJEME TAKY SUPERMÁMY,
COŽ JE KASTOM FÍLD. Z TOHO FAKTURUJEME
STORYPOJNTY. WIKI SPEJS NÁM GRAFIZUJE
BENČMÁRKY, KTERÉ TO ZAAMBRELÚJÍ.
ZAPÍŠEŠ TY TYKETY TAKY DO DEVKY?
MŮŽEŠ MI PAK ŠÉROVAT ZOS BLOKPOSTEM?*



3 JINDROVÉ



Miloš Šilhan (SLH)
*2010 | kozoroh

CCV Enterprise 08:00

Tři Jindrové, posílnění několikahodinovým spánkem a pár koblihami, usedají za své terminály. Připojují konektory a provádí rutinní kontroly. Jejich pozorné oči sledují tok dat na holoobrazovkách.

CCV Enterprise 08:15

Jindra vybírá svůj první úkol. Další Jindra mu usměrňuje datový tok a třetí Jindra kontroluje výsledek včerejšího experimentu.
„Viděli jste zákaznický task z paluby 26?“ ptá se Jindra.
„Proč, letmo jsem to zkoukl,“ dí Jindra.
„V procesní větvi 56C je logická chyba,“ na to Jindra.
„Nezapomeňte, paluba 26 nejede podle Euklidovské geometrie,“ vmísí se Jindra.
„To je jedno, blokace potvrzení procesu nižší autoritou než proces sám je vyloučena všude,“ moudří Jindra.
„To je fakt, to rozbije celou entropii,“ souhlasí ostatní Jindrové.
Data tiše šumí terminály.
„Včera zařval čtvrtý Jindra,“ poudá Jindra.
„Neke,“ diví se Jindrové.
„Chytla ho kódjunita a rozcáklo ho to po celé datovně.“
„Hmm, byl to správný chlap. Ve Valprahale bude mít spoustu chlastu a děvek a to si zaslouží.“
„Jo jo,“ dí ostatní Jindrové.

Když v tom:

CCV Enterprise 08:45

Ui, Ui, Ui, kvílí sirény a červené blesky poplachu rozehrávají stíny na odhodlaných, ostře řezaných tvářích Jindrů.
Poplach na zákaznické palubě 12 kvílí panicky reproduktor a úzkost v jeho hlase kontrastuje s přesnými a soustředěnými pohyby Jindrů.
„Ztráta dat úrovně D,“ hlásí Jindra.
„Kritické přehřátí datového toku,“ hlásí Jindra. „Nebezpečí totálního kolapsu.“
„Ou kej hoší, jdeme na to,“ zavelí Jindra. „Jindro, laserovou datoskopii na 100 %. Jindro, nachystej dataporty a ber to těsně za Jindrou. Máme 15 vteřin k dobru, hodte mi krizový manuál B90, zvalidujem další postup.“
„Ale Jindro, my přece žádný krizový manuál nemáme.“
„Hej, tak nahoď B89, tam bude taky zmínka.“
„My žádný krizový manuál nemáme.“
„Ééé, a jo, vlastně.“
„Co budeme dělat?“
„Prostě to nějak zvládnem, jako vždycky. Vždycky jsme to zvládli.“
„To je fakt. Dem na to. Třeba můžem nahodit Guru.“
„Přinejhorším, po tom posledním přepálení tomu sotva vrzaly kolečka.“
„Jo, nemůžeme Gurem plýtvat.“
„Hej Jindro, ty máš místo terminálu zmačkanej pytlík od brambůrek.“
„Jo, terminál se mi spálil minulej měsíc, s tímto to taky nějak jde.“

CCV Enterprise 09:30

Důstojníci na palubě, hvízdá píšťalka bocmana.
Jindrové si stoupají do pozoru a sledují porci důstojníků, která napochodovala na denní nástup. Medaile se blyští ve světle diod, rajčí peří povlává v šumu ventilátorů, šavle na šerpách cinkají.
„Desátníku zavelte, mám to snad dělat já?“ Obočí důstojníka snad nemůže být výše.
„Vajská pazor! Odpočítat!“ velí Jindra. Jindrové se odpočítávají, jen jeden z Jindrů pípne:
„Prosím, my tam řešíme zákaznické patro, oni nám tam mřou, můžeme pokračovat?“
„Jindro, máš vyplněn formulář 212c/c/v o vyplnění formuláře 12u?“ „Pane, ano pane!“
„Nemáš Jindro, zapomněl jsi přiložit gumové kuře bez hlavy!“
„Ježíš, pane, fakt zapomněl, jak se to mohlo stát,“ šílí Jindra.
„Kdybys myslel na zákazníka, nikdy se ti to nestane, Jindro. Kuřata bez hlavy jsou statisticky důležitá.“
Ale vždyť je nikdo nepočítá, zamyslí se Jindrové.

CCV Enterprise 11:45

Jindrové udrželi zákazníka naživu a přijímají krmi. Nervosní tiky v očích nahrazuje tri-umfální úsměv.

CCV Enterprise 12:50

Ui, Ui, Ui, kvílí ...



BYLO NEBYLO KDESI NA DALEKÉM SEVERU

Veronika Königová (KNA) *2009 | panna

Abych mohla vysvětlit, co pro mě vlastně práce v CCV znamená, musím se vrátit o pár měsíců zpět, na začátek, vrátit se ve vzpomínkách zpět ke dni, kdy jsem poprvé do CCV přišla.

S trochou nadsázky

Bylo, nebylo, za sedmero horami, sedmero řekami, kdesi na dalekém SEVERU, na frekventované ulici – v kuloárech známé jako „Baker Street“, žili, byli pracovití mužičci. Zvláštní práci oni měli, slova jako EANCOM, EDIFACT, ECR, INVRPT, DESADV, SQL, PATCH, atd. používali.

V té době se mezi nimi i nějaký ten Prófa, Stydlín, Kejchal a možná i Rejpal našel.

Všichni však měli jediný cíl, aby Ebusiness jedničkou v EDI v celé zemi byl.

Jednoho dne však nastala změna! Dveře se otevřely a vstoupila ŽENA!

Mužičci se nestačili divit: „Kdo přerovnal naše hrníčky?“, „Kdo zapálil všechny ty aroma svíčky?“

Rozčarování panovalo na Pekařské.

První společná káva v kuchyňce ale celou situaci zachránila a LCA se s mužičky nakonec dobře šžila.

Po dvou letech v CCV mohu říci, že přes prvotní rozpaky je CCV a kolektiv eBUS pro mne parta fajn lidí, se kterými je mi dobře, dokážou pracovat jako tým, podporují se, berou na sebe ohledy a hlavně mají hlavu i srdce na správném místě.

Do práce se těším a dělám jí ráda.

Jsem pyšná na to, že mohu na otázku: „Kde to vlastně pracuješ? CC co?“ Odpovědět: „CCV – jako cibule, cibule, vokrka.“



NEPŘITAHUJEME K SOBĚ OBĚTI, ALE SPÍŠE TVŮRCE

Jiří Škerle (SKR) *1998 | střelec

V CCV jsem už 15 let a za tu dobu jsem zde zažil hodně pěkného, nemálo fantastického, občas něco méně pěkného a povedeného, vzestupy i pády.

To pěkné výrazně převyšuje to nepěkné. To nepěkné dává vyniknout tomu pěknému a patří to taky k životu.

Za tu dobu jsem poznal v CCV celou řadu lidí, mnozí z nich mne velmi ovlivnili a věřím, že nějakou stopu jsem v ostatních nechal i já.

Poznal jsem, co znamená spolehnout se na ostatní i to, když více lidí je závislých na tom, jak určitou situaci zvládnou já. Každopádně v CCV mám kolem sebe lidi, od kterých bych si „určitě nechal složit padák“ a mám dojem, že spolehnutí jednoho na druhého máme jaksí v cécéváckých genech.

Líbí se mi, že na jednu stranu jsme si všichni nějakým způsobem podobní. To zejména vynikne, když si o naší „potrhlosti“ a „posedlosti práci“ začnou povídat naše manželky a partnerky. Na druhou stranu jsme každý jiný, někdo upovídaný, někdo slovy šetří, někdo tíhne ke sportu, někdo spíše do vinného sklípku.

Za ty roky v CCV se ukazuje, že mezi námi dlouho nevydrží ten, kdo se bojí přijímat odpovědnost, ten, kdo vidí sám sebe jako „obět“ okolního světa. Zkrátka máme vzájemný magnetismus a přitahujeme lidi spíše s osobností „tvůrce“ a s ochotou přijímat výzvy.

Na práci v CCV se mi líbí, že nám dává možnost proměňovat nápady, které se líhnou v našich hlavách, v realitu a v to, že skutečně měníme svět.

A v neposlední řadě se mi líbí, že všechny krize a problémové situace jsme zatím společně zvládli, takže naší vlastností je určitě i životaschopnost.

No a úplně nakonec: práce v oblasti ICT je přece zajímavá a sexy a to nejlepší nás teprve čeká!



KDYŽ UMÍME ZABRAT JAKO TÝM

Lukáš Peterka (PTR) *2008 | rak

Proč pracuji v CCV?

Obligátně... Mě to živí. Nicméně vstup do CCV a IT obecně byl pro mě osobně velká výzva.

Proč chcete nebo proč musíte pracovat v CCV?

Nemusím, ale chci, protože je to stále velká výzva a prostor k profesnímu růstu.

Co v CCV podporuje ve vás radost z práce?

Umíme zabrat jako tým.

A co ji naopak ničí?

Když jako tým zabrat neumíme.

Co patří k naší firemní kultuře dobrého?

Neuplácíme a jsme neúplatní (aspoň doufám).

Nepotěmkinujeme.

Držíme slovo.

A špatného?

Někdy si snažíme plnění zjednodušit na úkor očekávaného přínosu či uživatelského komfortu pro zákazníka. Zpravidla se jedná o situace, kdy jde bilance plnění do červených čísel. Což je na jednu stranu pochopitelné, ale na druhou... Když už to nastane, tak bychom měli zatnout zuby a dát to, protože jinak se nám to stejně dřív nebo později vrátí.

Čím se lišíme od jiných společností?

Napadá mě srovnání – nejsme hajzli!

Co máte na naší společnosti rádi?

Atmosféru.

Vstřícnost a otevřenost dovnitř našeho kolektivu.



DOBRODRUŽSTVÍ ZDRAVÉHO SRDCE

Petr Ondrášek (ONR) *2008 | štír

Zemřel mi dědeček. Je to právě pár dnů, co ho opustila síla navždy. Bylo mu bezmála 98 let. Měl jsem k němu vždy blízko. Všichni ta loučení známe, bohužel. V zármutku člověk vzpomíná, ale taky přemýšlí, z jakého těsta je on sám. Jak žít, aby nám život neprotekl mezi prsty?

Děda měl své zásady jako cvičitel. Byl pedant. Nad jeho Sokolem a Masarykem na zdi jsem já nikdy nejhl. Ale dávalo mi smysl, když opakoval „buď náročný a skromný k sobě, poctivý a pracovitý pro druhé“. Životní sílu mu dodávalo, dokud mohl být mezi lidmi – v jeho devadesáti letech to bylo v domácí kanceláři u účetnictví nebo na schůzi u tělovýchovy. S lidmi, s nimiž sdílel stejné hodnoty a cíle.

V tom se poznávám. Nestyděl bych se být zkrvaveným boxerem v ringu ani hráčem na klavír v nočním baru, kdybych pocítil, že s těmi promotéry nebo děvkami mohu tvořit harmonické společenstvo, kde lze útočit na vysoké cíle. Jako cítím ve své práci, ve své partě, s lidmi, na které se každý den těším.

Je to tak prosté?

Pradědeček byl železničním zřízcem, dědeček podnikovým ekonomem a můj táta v téměř koncernu celý život technologem a konstruktérem složitých strojů. Pro každého z nich byla práce důležitá, věděl jsem od mala. „Protože bez práce nejsou koláče“, odbývali mne.

Od táty zavlečeného řekou času už dekádu let do důchodu vím, že by tu svou práci neměnil ani zpětně. Těch koláčů nikdy moc nebylo, ale zato máme zdravé vztahy. Z práce totiž nechodil nešťastný. Znáám tátu spíše ze hřiště jako hráče nebo později trenéra házené, kde z něj vášeň stříkala. Dnes chápou, že podobně musel hořet i pro svou práci, ve které našel svůj boj a dobrodružství. I jemu byla po celá léta zdrojem životní síly.

„Tatí, jsou opravdoví draci?“, zeptal se mne tiše a vážně náš pětiletý syn. Hned mi bylo jasné, že také on už intenzivně přemýšlí, z jakého je těsta. Začíná hledat svůj opravdový boj, ve kterém by už konečně poměřil pevnost dřevěných mečů a sílu svých drobných paží. „Uvidíš. Dočkáš se, bojovníku.“

Po předcích dědíme nejen vlohy pro to či ono, ale určitě také charakter svého srdce. V předchozí práci jsem zakusil chlebiček vedoucího manažera ve velké nadnárodní firmě. Tam jsem pocítil, jak vášeň v srdci umřela po dlouhé nevyhlášené nemoci vnitropodnikových přeúčtování, zaměstnaneckých čísel a bezobsažného výkaznictví. Proto si hluboko cením, že CCV i po letech práce pro mne představuje stále čerstvou energii a stejnou sdílenou vášeň, jako před lety.

Každodenní boj ve službě pravému králi, ve jménu osobní cti a poctivém jménu legendárních služeb našim zákazníkům. Je dobrodružstvím hodným zdravého srdce muže.



A TO JE TEPRVE RÁNO

David Reichel (RCL)

*1994 | blíženci

Nedávno jsem byl zaskočen dotazem, kolik máme zákazníků. Počítal jsem a počítal a došel jsem ke krásnému číslu dvanácti stovek. Od těch nejmenších, kteří třeba pletou proutěné košíky, až po ty skutečně největší, výrobce jako Nestlé, Henkel, Unilever nebo retailové či stavebninové řetězce. Také výrobky všech velikostí. Od párátke (Dipro) nebo zápalek (Solo) až po zahradní traktory (Al-ko) či přívěsné vozíky (Agados).

A tak je zdravé si připomínat tu nevšední věc, že několikrát denně narazíme na výrobky právě našich zákazníků, které se do nějakého oblíbeného obchodu jiných zákazníků (od COOP až po Globus) dostaly i díky tomu, že ORION EDI doručil včas objednávku našemu zákazníkovi. A tak se vlastně s našimi zákazníky setkáváme už od probuzení. Nepřeháním.

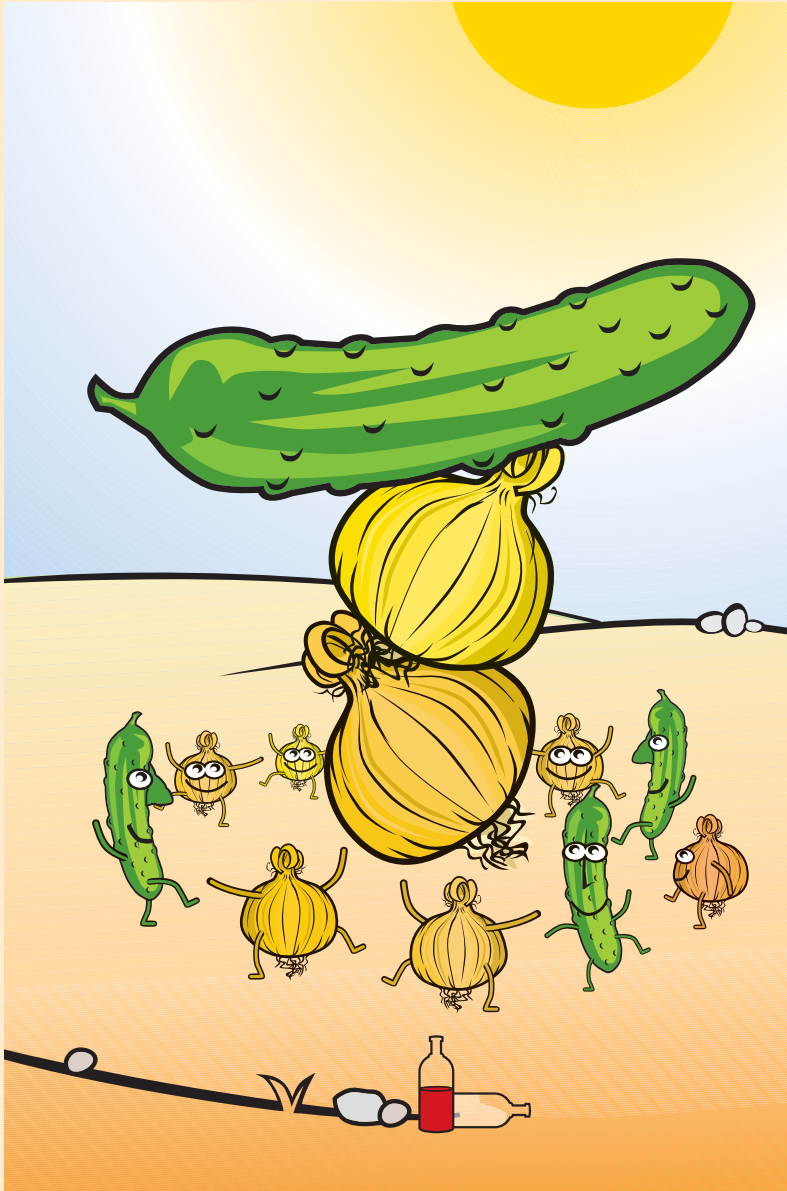
Ráno se probudíte, hodíte něco lehkého na sebe (prádlo Vildtex), pro zahřátí pár polínek do krbu (Romotop) a silnější náтуры i něco do sebe - rum z Fruko-Schulz nebo Johnyho Walkera dovezeného firmou Global Spirits. Pak si jdete umýt zuby s kartáčky a pasty Hillcom, Alpa nebo Vademecum (Henkel), opláchnete se vodou z kohoutku Raf, která poté odtéče odpadem z Alca Plastu. My odrostlejší kluci si na sebe dáme pleťový krém proti vráskám od Lorealu, děvčata na sebe plácnou Aquilu Aqualineu no a ve finále si nakreslí krásnou tvář něčím od Maxfaktoru.

Na snídani si dáte zdravé musli (Family Davo), dítěti nasypu cereálie od Nestlé, někdo možná raději hráškovou omeletu (od Giana od Gastonu nebo Hamé) s vejcem (Česká vejce) – nevím jak vy, ale já si k tomu vždy dám kečup (Kand) nebo pořádný kus salámu (Vysočina). Po otevření lednice od LG bude lákat k otevření Bernard, Lobkowicz nebo Prazdroj, ale odoláte. V odšťavňovači ETA si raději uděláte dobrou ovocnou šťávu. Lenoši si nalijí džus Relax (Tymbark-Maspex) nebo Hello (Linea Nivnice), zatímco na sporáku od Fagoru se ohřívá mlíko z Accomu nebo voda na čaj od Lerosu. Milovník černého čaje upřednostní Yellow Label od Liptonu (Unilever).

Dorazíte se jogurtem od Meggle a do práce si přibalíte Kunínka. Milovníci sladkostí nezapomenou na Kávenky a Milla řezy (IDC) a největší mlsovní na čokoládu Cadbury. Já na mlsání moc nejsem, takže si vystačím s 200 gramovou Studenstskou pečeti od Nestlé. Na sebe hodíte oblek z OP Prostějov, vezmete si pohodlné boty od OFS no a ráno máte za sebou. I když, pokud jste měli tak bohatou snídani, přijde vhod ještě krátká přestávka na toaletě, která svým leskem, který ji dodalo Savo od Bochemie, láká ke krátkému posezení. To si zpříjemníte knihou z Knižního klubu (Euromedia) a krátkou siestu ukončí pár listů toaletního papíru BigSoft od Moracellu a spláchnutí, po kterém místnost zaplní lesní vůně ze závěsného gelu Bref (Henkel).

No a to je teprve ráno... Není to úžasné?

Pak se nedivte, že od takového probouzení těším se do práce na lidi, se kterými budu, a na to, na čem budeme společně pracovat.



Firemní značka je jako křehká rostlina. Ze semínka roste podle toho, jaké je počasí, jaké má živiny a čím zaléváme. Nemusí být závislá na produktech a sama je produktem s vlastním životním cyklem. Je symbolem na štítě kmene.

Když jsme v roce 2008 provedli restart vnější komunikace, hledali jsme ty nejcenější firemní hodnoty, o které jej opřít a z jakých živin nové semínko poroste. Mluvíli jsme o tom, na čem stojí největší úspěchy firmy a čeho si právě lidé na své práci v CCV nejvíc váží:

Chceme překonat klientova očekávání. Přinášíme do vztahu se zákazníkem pohodu. A nenecháme ho ve štýchu. Není bez příčiny, že většina našich nových zákazníků přichází na doporučení našich stávajících zákazníků.

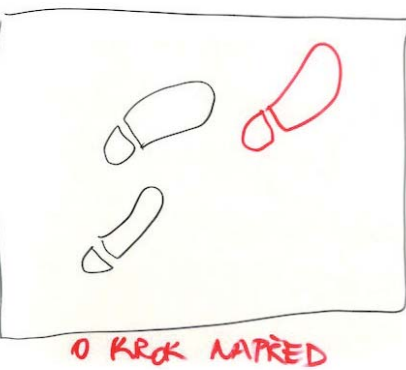
Šíření příběhů z reference na referenci se stalo základem naší komunikace. Slogan „Legendární řešení, o která se můžete opřít“ je odrazem našich vnitřních hodnot. O radost z dodaného užítku, kterou sdílíme s naším zákazníkem, se navíc sami rádi a otevřeně podělíme vyprávěním konkrétních příběhů - ústním podáním nebo publicitou. Jsme prostě hrdí na svou práci. Spolu prožíváme pouť z nuly až do pozice lídra či překročení hranice 1000 zákazníků.

Přítom ctíme skromnost, otevřenost a humor. Proto nebubnujeme ani netroubíme halasně reklamou do světa, co umíme, ale sázíme právě na sílu referencí a ohlas legendárních služeb.

Nepoužíváme světelné megaboardy na dálnicích, placené rozhovory, celostránkové inzertaty ani jiné okázalé reklamní formáty. Sázíme na osobní přístup a necháme se vidět rádi i s nadsázkou.

Uvědomujeme si, že máme svoje chyby. Udržet se na této cestě není snadné. Zároveň ale provokujeme svými hodnotami – provokujeme své zákazníky a sami mezi sebou: Ukaž nám rovnou prstem, co činíme v rozporu se symbolem na štítě? Mluv, čím jdeme proti „legendaritě“ svých služeb?

Letos jsme hrou v malých skupinkách sestavili znovu hodnoty firmy (nebo divize) nebo kreslili její vlajku. Sešlo se opět hodně energie. Některé hodnoty za pět let oslabily, jiné jsou výraznější. Mluvíli o zaměření práce na to, co je důležité pro kmen – co je naše „maso“ a jak si předávat své pracovní výstupy příjemci k rukám nebo ve vysoké kvalitě. Největší úspěch měla obhajoba výtvaru od borců z eGovu (Martina, Igora a Lukáše) – vlajka pod heslem „O krok napřed“.



Lze značku vybudovat převážně zevnitř na firemní kultuře?

Jsme přesvědčeni, že ano. Protože to je zřejmě ta nejstabilnější hodnota, kterou máme. Je nakažlivá. Není totiž tak důležité, jaký typ řešení budeme prodávat za dalších pět let, ale věříme, že to budeme dělat dobře, když nás to bude bavit, když udržíme své nadšení a dál rozvineme snahu o spokojenost a zisk našich zákazníků.

Dalibor Damborský a František Bezdič

CO DĚLAT, BLÍŽÍ-LI SE KONEC PLATNOSTI CERTIFIKÁTŮ U DOKUMENTŮ Z DATOVÉ SCHRÁNKY?

Zákon o archivnictví č. 499/2004 Sb. stanoví, že pokud je dokument v digitální podobě podepsán uznávaným elektronickým podpisem, ke kterému je v okamžiku podpisu či za jeho platnosti připojeno kvalifikované časové razítko, považuje se takový dokument za pravý. Díky novele platné od poloviny roku 2012 tak je jednoznačně řečeno, jak mají být archivovány elektronické originály dokumentů. Firmy dosud postrádaly jistotu, že úřady budou elektronické dokumenty respektovat jako rovnocenné vůči papírům s razítkem a podpisem, a to po neomezeně dlouhou dobu.

Z těchto důvodů je nutné při jakémkoli uzavírání dvoustranných dohod nebo podepisování jednostranných právních úkonů i v soukromoprávním sektoru vždy užívat uznávaný elektronický podpis a opatřovat elektronický dokument kvalifikovaným časovým razítkem. Přestože český právní řád na časová razítka v jejich plné uživatelské šíři pozapomněl, jsou pro nakládání s elektronickými originály dokumentů důležitá. Umožňují prokázat existenci dokumentu v čase, a kdy byl dokument podepsán elektronickým podpisem. Nepřipojí-li časové razítko odesílatel, měl by tak učinit příjemce. Většina firem má za sebou první praktické zkušenosti s elektronickými originály rozhodnutí orgánů veřejné moci od roku 2009, kdy podnikatelským subjektům vstoupily do života datové schránky shůry dané zákonem č. 300/2008 Sb. Dlouho byl bagatelizován problém, že nebyl řešen dlouhodobý statut elektronických dokumentů po expirování jejich podpisového certifikátu.

Firmy používají datové schránky k přijímání dokumentů právě od orgánů veřejné moci, protože ke komunikaci mezi firmami nedává prakticky žádný smysl. Dnes už naštěstí většina dokumentů, které odesílají úředníci státní správy, je podepsána zaručeným elektronickým podpisem a opatřena také časovým razítkem.

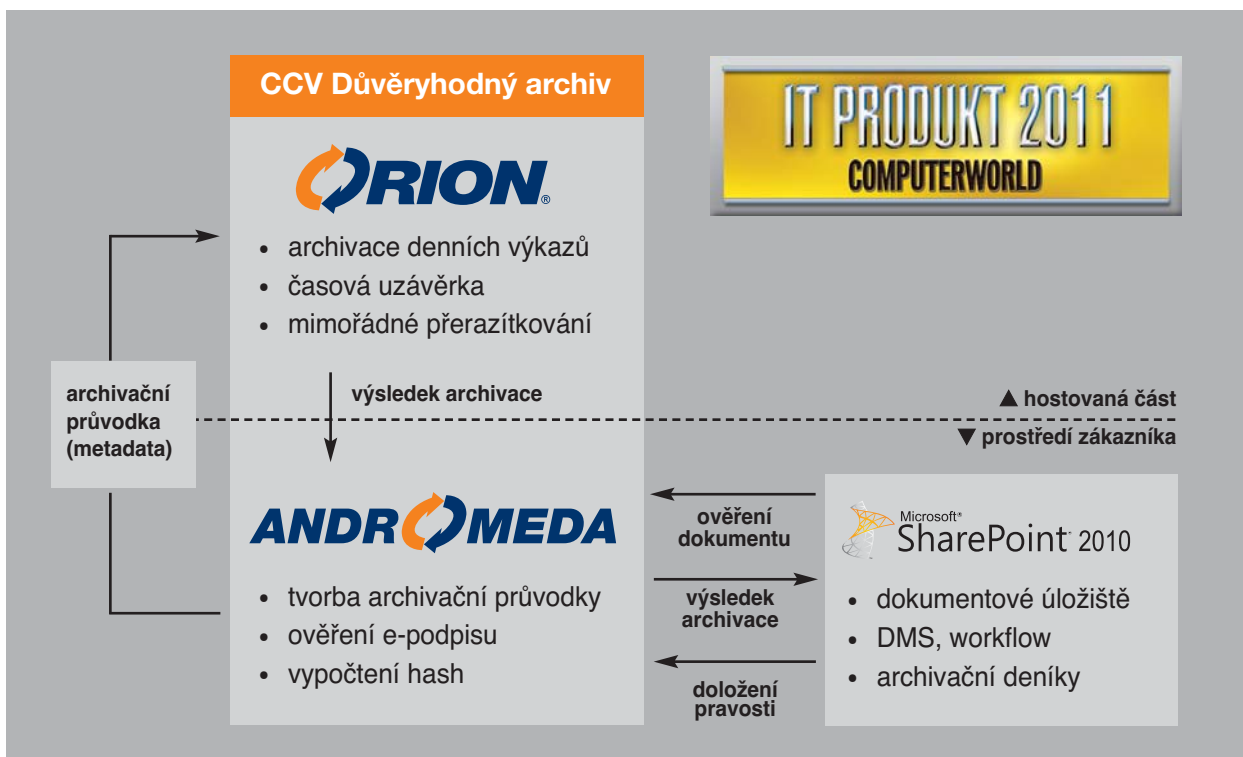
Většinou se jedná o důležité listiny, které vyžadují uchování pro případ nutnosti pozdějšího doložení. Avšak jedním ze specifických datových schránek je smazání dokumentu po 90 dnech od jeho přijetí. Přitom stáhnout si soubory z datové schránky na disk je řešení pouze krátkodobé a lehkovážné. Platnost certifikátu elektronického podpisu je jeden rok a taktéž u časového razítka je tato

doba omezená na tři roky. Po uplynutí těchto časových lhůt bude držitel elektronického dokumentu jen těžko prokazovat, že nebyl pozměněn jeho obsah a pochází od daného zdroje.

Prokazovat se dokumentem s neplatným elektronickým podpisem, či prošlým časovým razítkem je přinejmenším sporné. Možnosti dokumentu pro doložení jeho autenticity (původu) a integrity (že nebyl později pozměněn) jsou značně omezeny. Jak tedy postupovat, aby zákonu bylo učiněno zadost po celou dobu trvání archivačních lhůt? Co dělat, když platnosti certifikátů odesílatele vyprší? Co dělat, když vyprší certifikáty provozovatele ISDS?

Pro převod do listinné podoby, jako jednu z variant, se doporučuje postupovat v souladu se zákonem č.300/2008 Sb. prostřednictvím autorizované konverze dokumentů. Dokument pak lze převést na listinnou formu notářským zápisem nebo na Czech Pointu. Má pak hodnotu ověřeného opisu, nejde sice o originál, ale jeho důkazní síla v případě sporu je zachována. Pokud není využito autorizované konverze, pak ztrátou elektronického originálu přijde jeho držitel také o možnost opisu, který by obstál v soudním sporu. Zejména pak v praxi mohou vadit důsledky nedodržení právní úpravy k archivaci elektronického dokladu, jimiž jsou neprokazatelnost právního úkonu, respektive snížení důkazní síly dokumentu.

Teoreticky lze dokumenty opatřit vlastním časovým razítkem předtím, než platnost certifikátu vyprší. V praxi je však taková činnost velmi pracná a vyžadující specializované nástroje. Časové razítko navíc rovněž není zadarmo a je potřeba hlídat, kdy mu končí platnost. Nabízí se nějaké jednoduché řešení?



K elektronickému uchování daňových dokladů je možno využívat ověřených principů a řešení dlouhodobé elektronické archivace prostřednictvím produktů a služeb třetí strany, při doložení logik zabezpečujících autenticitu, integritu a čitelnost dat po celou dobu jejich zákonem předepsané lhůty uchování v souladu s EU standardy pro dlouhodobé uchování dokumentů v elektronické podobě. Pro mnohé překvapivě nákladově nejzajímavější může být třetí cesta. Jedním z rychlých a současně elegantních způsobů, jak dokumenty z datové schránky pohodlně a bezpečně archivovat, je využít elektronický důvěryhodný archiv ORION. Ten umožňuje odeslané i přijaté dokumenty hromadně naimportovat z ISDS a následně zajistit všechny náležitosti důvěryhodné archivace. Pravost dokumentů a nezpochybnitelnost jejich obsahu je tak zaručena po celou, libovolně zvolenou, délku archivace.

-kmn-; -onr-

Kolísavost výkladu novelizací odstraněna



Společná novela zákona o elektronickém podpisu (227/2000 Sb.) a zákona o spisové službě a archivnictví (499/2004 Sb.) vnesla více světla do českých zákonů v případě uchování elektronických dokumentů, které předpokládá u komerčních subjektů namátkou zákon o DPH (235/2004 Sb.) nebo zákon o účetnictví (563/1991 Sb.). Podle §69a zákona o archivnictví se v domněnce pravosti dále specificky uvádí, že se týká „i dokumentů vzniklých z činnosti původců, kteří nejsou určenými původci“, tedy soukromoprávních subjektů. Zákonná domněnka pravosti elektronického dokumentu uvedená v zákoně o archivnictví se s uvedenými postupy jednoznačně vztahuje i na dokumenty vzniklé činností komerčních subjektů, tedy na jakékoliv elektronické dokumenty. Důvodová zpráva k novele zákona o archivnictví v roce 2012 tuto skutečnost potvrzuje, že cílem zákona je dokončit a zpřesnit systém zásad pro nakládání s dokumenty v digitální podobě a zajistit jednotný právní rámec pro jejich výběr a ukládání.

CO S FAKTURAMI, KTERÉ VÁM CHODÍ NA EMAIL?

Posílat faktury elektronicky je dnes běžné. Podle Českého statistického úřadu každá druhá firma již někdy poslala elektronickou fakturu. Ne tolik běžné je však faktury v elektronické podobě přijímat a následně také elektronicky archivovat.

Co se obvykle děje s elektronickou fakturou, jakmile dorazí do firmy? Hádáte správně: je vytištěna! Pak je vláčena po celé firmě, je orazítkována, parafována, někdy i skenována, znovu tisknuta, olepována, než ve finále skončí s celou řadou dalších kamarádek v tmavé těsné místnosti, kterou honosně zveze archiv.

Tušíte, že existuje i jiná cesta? Bez promarněného papíru, inkoustu, uběhaných nohou, čekání, až se někdo vrátí ze služební cesty. Bez hledání v zaprášených šanonech nebo dokonce celých místnostech plných papírů.

Jak by se vám líbilo mít společnou e-mailovou adresu pro příjem elektronických faktur, ze které by se faktury automaticky zařazovaly do evidence?

Máte firemní adresu pro příjem faktur?

Dejme tomu, že někdo pošle na adresu fakturace@vasefirma.cz e-mail, který má jako přílohu fakturu, třeba ve formátu PDF. Aniž byste e-mail jakkoliv zpracovávali, se faktura automaticky zařadí do vašeho deníku přijatých faktur.

Zkontrolují se její náležitosti, ověří se, zda je opatřena platným elektronickým podpisem (o tom, proč chtít faktury elektronicky podepsané až někdy jindy) a zařadí se do důvěryhodného elektronického archivu. Zní to dobře?

I tak to není pro přijetí faktury v elektronické podobě dost. Aby se faktura mohla zaplatit, je zpravidla potřeba, aby ji někdo schválil. Byla by škoda ji jen kvůli tomu tisknout, když se celý proces schválení může odehrát stisknutím několika tlačítek. Opakované faktury navíc mohou chodit na konkrétní zodpovědnou osobu ke schválení automaticky. Pak už není potřeba ani těch pár kliků.

A konečně, schválené faktury je nutno někde evidovat, jako doklady k zaplacení. K tomu je potřeba mít na zřeteli jejich datum splatnosti a hlídat si cash-flow.

Po zaplacení faktury máte hotovo a bylo to téměř bez práce. Nebo je zde ještě něco?

Možná vás napadne archivace. Ta však již proběhla při přijetí dokladu a jeho zařazení do evidence. Navíc to byla důvěryhodná elektronická archivace. Co to znamená? V jednoduchosti jde o zajištění autenticity (původ) a integrity (nezměnitelnost) dokladu, případně vazby na další dokumenty (tzv. auditní stopa). Můžete pak kdykoliv prokázat od jakého subjektu doklad pochází a že nebyl změněn.

Jak proces elektronického příjmu faktur probíhá v praxi, a že není náročné ani drahé jej zavést, se můžete přesvědčit na školení Přecházíme na elektronické doklady. **-kmn-**



Zajímavou možnost mohou od letošního roku využívat dodavatelé společnosti OBI Česká republika. Stačilo jen souhlasit s její nabídkou a rozšířit vzájemnou EDI (Electronic Data Interchange) komunikaci o novou zprávu REMADV – avízo o úhradě platby. Získali tím nejen okamžitou informaci o odeslání platby ze strany OBI Česká republika, ale ušetřili i čas při mnohdy náročném dohledávání a párování plateb k jednotlivým fakturám. Řešení EDI komunikace v OBI Česká republika zajišťuje společnost CCV Informační systémy.

Nasazení zprávy REMADV v OBI Česká republika je logickým pokračováním úspěšného zavedení EDI zpráv ORDERS



(objednávka), INVOIC (faktura) a DESADV (dodací list). Dodavateli zboží dává cennou informaci o odeslání platby, případně více plateb – zpráva REMADV se totiž využívá i pro souhrnné platby, kdy jedna platba pokrývá více faktur. Samotná zpráva pak informuje, které faktury byly uhrazeny. Zprávu může její příjemce dále použít například k rozdělení souhrnné platby z bankovního výpisu a napárování jednotlivých částek na faktury.

Dosavadní téměř sedmileté zkušenosti s EDI komunikací a důvody pro nasazení zprávy REMADV shrnuje **Stefan Jass, IT manager v OBI Česká republika**, do jehož kompetence koordinace a řízení EDI projektů patří: „Elektronická výměna dat se nám velmi svědčila, a proto přistupujeme k jejímu dalšímu rozšiřování. Novou EDI zprávu REMADV si můžeme představit jako elektronické avízo o úhradě platby, které naši

dodavatelé využijí k automatickému párování plateb. Výsledkem je mimo jiné zjednodušená orientace v dohledávání skutečných finančních toků.“

V OBI Česká republika je většina dodavatelů do EDI komunikace již zapojena, lze tedy očekávat jejich zájem o rozšíření vzájemné elektronické komunikace i prostřednictvím zprávy REMADV. „*Těší mě, že se EDI komunikace v OBI dále rozšiřuje, je to důkazem jejich nezpochybnitelných přínosů. V případě zprávy REMADV předpokládám, že budou OBI další firmy, zejména ty, které hradí faktury souhrnně, následovat,*“ uvádí **David Reichel, ředitel divize eBusiness společnosti CCV Informační systémy** a doplňuje: „*Případné potíže s automatickým zpracováním zprávy na straně dodavatelů navíc vylučuje fakt, že je k dispozici také v čitelné podobě ve formátu PDF emailem.*“ **-kmr-**

ČÁROVÉ KÓDY PROZRADÍ SPOTŘEBITELŮM O ZBOŽÍ TĚMĚŘ VŠE

Sdílení informací o potravinách se spotřebiteli se stává velkým tématem, které zesiluje nejen se změnou chování zákazníků a rozvojem technologií, ale také s novými povinnostmi výrobců a prodejců s přijetím nové evropské směrnice 2011/1169/EU o poskytování informací o potravinách koncovým spotřebitelům. Díky využití lineárního čárového kódu, který obsahuje standardní GTIN, lze na obalu zboží s pomocí aplikace v chytrém telefonu zákazníků sdělit vše potřebné. Přitom téměř dvě třetiny obchodníků a výrobců dnes vnímají čárový kód na obalu jen jako nosič informací pro logistiku.



Průzkum: GTIN nejsou jen informace o ceně produktu

Pro identifikaci zboží v rámci celého dodavatelsko-odběratelského řetězce se využívá tzv. GTIN (Global Trade Item Number) dříve známý pod zkratkou EAN. Přestože pro výrobce, obchodníky i logistické firmy práce s ním představuje každodenní rutinu, běžným spotřebitelům, kteří se s ním setkávají v podobě čárového kódu na většině rychloobrátkového zboží, doposud nepřinášel žádný praktický užitek.

„Zkušenost z trhu potvrzuje, že současný trend používání QR kódů na obalech často zavádí spotřebitele do zcela nevyžádaných

informací. Výrobci přitom deklarují nedostatek prostoru na etiketě k poskytování informací, které chtějí nebo musí sdělovat zákazníkům. Úspěšné modely ukazují, že QR kód může posloužit spíše ke stažení aplikace pro telefon zákazníka, zatímco GTIN nese jednoznačné ID produktu a další na ně navázané informace,“ říká Petr Ondrášek, ředitel pro strategický rozvoj ze společnosti CCV Informační systémy, která je technologickým dodavatelem aplikací pro chytré telefony.

Jak ukázal průzkum, realizovaný ze strany GS1 Czech Republic a CCV Informační systémy na pražském Retail Summitu, samotní manažeři firem působících v retailovém prostředí chápou GTIN na obalu převážně

jako logistickou informaci. Pouze třetina si uvědomuje, že čárový kód může být klíčem k celé řadě pro spotřebitele zajímavých informací o produktu. To se však s nástupem chytrých telefonů a uživatelsky zaměřených aplikací může velmi rychle změnit.

Nový rozměr využití čárových kódů

Za správnou a jedinečnou identifikaci každého produktu pomocí GTIN (EAN) zodpovídá vždy ten subjekt, který zboží dodává na trh. Příslušný číselný rozsah pro vygenerování GTIN přiděluje sdružení GS1 Czech Republic, která je jako jediná v ČR oprávněna k registraci subjektů do Systému GS1.

Velkého potenciálu pro využití čárových kódů konečnými spotřebiteli si je Pavla Cihlářová, ředitelka GS1 Czech Republic, vědoma: „Zákazník požaduje stále více informací o nabízených produktech a využití čárových kódů k tomuto účelu se díky masivnímu rozšíření chytrých mobilních telefonů přímo nabízí. Staré dobré skenování čárového kódu tak je díky moderním technologiím postaveno do zcela nové, atraktivní role – zákazník naskenováním kódu prostřednictvím mobilu zjistí vše, co aplikace o zboží umožňuje dohledat,“ a dodává: „Průzkum globální organizace GS1 navíc ukázal, že zákazníci jsou vůči mobilním aplikacím velmi kritičtí. Chtějí pouze důvěryhodné a kvalitní informace.“

Úspěšné aplikace se orientují na původ potravin nebo možnosti prodeje

Rostoucí nároky spotřebitelů na maximum informací o zboží už nabízeném na pultech obchodů se rozhodly v plné míře uspokojit Templářské sklepy Čejkovice. S pomocí chytrého telefonu a mobilní aplikace Templářská vína mohou nyní zákazníci načíst všechny dostupné informace o vínu přímo z lahve z čárového kódu, který je nedílnou součástí etikety každé prodávané lahve řady Sanctus Victoria.

„Načtením čárového kódu s pomocí nové verze multiplatformní aplikace Templářská vína získá zákazník o daném výrobku celou řadu užitečných informací, které mu usnadní správný výběr. Během okamžiku se tak dozví vše o charakteru vína, příslušné vinici či technologii výroby. Zjistit ale může podob-

nosti ohledně sklizně, počtu nalahvovaných kusů nebo dokonce on-line aktuální stav skladových zásob. Velmi důležitá je možnost důvěryhodného ověření certifikace vína dozorovými orgány s odkazem na provedení laboratorních a senzorických hodnocení,“ popisuje Petr Ondrášek. Po sdělení všech transparentních informací se může zákazník dostat až k on-line nákupu nebo GPS navigaci na nejbližší místa prodeje.

Standardy GS1 základem kvality dat

Přístup Templářských sklepů Čejkovice, které jsou ke svým zákazníkům zcela otevřené, je zcela v souladu s aktuálními zákaznickými požadavky, kdy jednoduchá dostupnost a kvalita informací o produktu představují životně důležitou součást úspěšného obchodování. „Kvalitní data poskytnutá spotřebitelům přitom úzce souvisí s kvalitní identifikací a standardy GS1, proto je také tato problematika jednou z klíčových pro GS1 Czech Republic,“ uzavírá Pavla Cihlářová.

Správné informace ve správný čas

Většinu využití kombinace čárového kódu na obalu a mobilního telefonu nahrává také přijetí Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 1169/2011 a připravovaná novela zákona o potravinách. Nová legislativní úprava, která u nás začne platit od prosince 2014, přináší vyšší nároky na poskytování informací o potravinářských výrobcích konečnému spotřebiteli. „S ohledem na omezený prostor na obalech lze očekávat, že výrobci a obchodníci pro splnění těchto náležitostí využijí právě mobilní aplikace,“ říká Ondrášek.

-kmr-

Pro příznivce golfu v řadách zákazníků připravili organizátoři za CCV Informační systémy další golfové setkání v Golf resort Kaskáda v Kuřimi nedaleko Brna.

Turnaj na náročném hřišti byl vedený pod Českou golfovou asociací a svedl registrované hráče do kombinace dvou devítek – kamenné a železné. Soupeření golfistů přálo počasí, a tak hráče nejvíce trápila jen samotná náročnost hřiště, se kterou se nejlépe vypořádal Dalibor David ze společnosti Kaumy.

Akce se kromě aktivních golfových hráčů účastnili také zákazníci, kteří se s touto hrou gentlemanů dříve nesetkali, ale rádi si prošli golfovou akademií. Pod dohledem trenéra nacvičili základní techniky od odpálů až po puttování. V soutěži si ceny mezi sebou rozdali Josef Nekovář (Accom), Radim Šedivý (COOP) a Kamila Pospíšilová (Ahold).

Výsledky turnaje registrovaných hráčů:

pořadí TOP5	HCP po turnaji
1. Dalibor David	20,5
2. Rakušan Jiří	12,6
3. Valášek Jiří	39
4. Falta Jaroslav	29,8
5. Letošník David	22,5



-lza-

GOLF SESSION CCV OPĚT NA KASKÁDĚ



PROSPÍVÁNÍ FIREM JE SPJATO S PERFEKTNÍ ZNALOSTÍ PODNIKOVÝCH PROCESŮ

Tématu očekávání zákazníků a dodavatelských firem nebo řízení rizik u projektů informačních technologií se věnoval rozhovor magazínu Finanční management s Daliborem Damborským, jednatelem CCV Informační systémy.

Jak byste na úvod charakterizoval současný stav podnikových informačních systémů v České republice?

Na začátku 90. let u nás vzniklo opravdu velké množství účetních nebo větších ekonomických systémů a dodnes je šíře nabídky spíše mezinárodní raritou. Očekávání zákazníků byla tehdy spojena zejména s pokrytím účetních procesů. Avšak řada lokálních výrobců se postupem doby vyčerpala v udržování jádra vlastního ERP systému a změnila svou orientaci na oborová řešení jako nadstavbovou část úspěšných globálních systémů. Svou roli zde sehrála i ekonomická krize, která vytvořila jednoznačný pozitivní tlak na zefektivnění a zdokonalení klíčových procesů zákazníka. To byl třeba náš případ před více než deseti lety, kdy jsme začali vytvářet a dodávat oborově specializované, tzv. „best-of-breed“ systémy, například pro řízení skladů nebo specifika obchodu se stavebním materiálem a další.

Co stojí za nízkou úroveň povědomí manažerů o výhodách nástrojů komplexního řízení podnikových procesů? Není to tak trochu chyba dodavatelských firem?

Určitě tomu tak je. Je stále platnou výzvou pro IT dodavatele, aby lépe uměl mluvit jazykem, kterému bude odběratel rozumět. Zákazník je úspěšným podnikatelem ve svém oboru, postavil svou firmu na tom, čemu rozumí, proto přirozeně potřebuje někoho, kdo mu bude partnerem v jeho stylu myšlení. Podnikové systémy shromažďují data, data a opět data, na všech úrovních firemní hierarchie.

Jejich sběr by měl vést k efektivnější a rychlejší práci a vyústit v Edisonovu žárovku ukazující cestu.

Problém je, že ERP systémy často nenabízí dostatečně „dopředné“ informace. Data pak vyúsť v informační smog, ne nepodobný tomu světelnému dnešních velkoměst. Manažeři jsou tak stavěni před dva zcela nové úkoly. První můžeme nazvat „orientace v číslech“, druhý pak „přesné rozhodování na jejich základě“. A oba jsou klíčové pro přežití v situaci snižujících se marží, stagnace zakázek a zvyšujícího se důrazu na eliminaci ztrátových a neefektivních činností. Problém vidím v tom, že nástroje pro manažerské systémy, kterým říkáme business intelligence (BI), jsou připravené na míru a nejsou levné. Cestou je využití částečně předdefinovaných BI nástrojů pro podporu rozhodování, jimiž se podaří výstupy z ERP systému srozumitelně interpretovat.

Můžete blíže popsat důležité nadstavby ERP a jejich přínos pro uživatele?

Nadstavba základních agend by se měla týkat klíčových procesů. Tedy například systémů EDI (Electronic Data Interchange), WMS (Warehouse Management Systems) a TMS (Transport Management System). Přitom je důležité zmínit, že často dochází ke zmatení pojmů v praxi. Málokterý ERP systém má totiž integrovaný plnohodnotný WMS pro řízení skladů, prakticky jen dva globální systémy. Ostatní řešení se většinou nestarají o řízení a optimalizaci skladů, umožňují maximálně

evidenci skladovacích procesů, nikoli jejich řízení a značné zlepšení. Podle nedávného průzkumu čtrnáct procent firem působících v oboru rychloobrátkového zboží FMCG využívá plnohodnotný WMS systém, i když osmdesát procent z nich se domnívá, že tak činí. Nejde však o systém řízení skladových zásob, ale o jejich pouhou evidenci. Přínosy jsou tedy nesrovnatelně menší.

Důležitá je také úzká provázanost ERP se systémy odběratelů, umožňující lepší predikci a řízení poptávky, výroby, zásob a cash flow. To jim přináší efektivnější řízení obchodní sítě, optimalizaci činnosti poboček v oblasti cenotvorby, struktury sortimentu a výše zásob. V současné ekonomicky nestabilní době je naprosto klíčová pružnost a schopnost rychlé reakce a expanze. Takto upravené ERP systémy pak poskytují zákazníkům hmatatelnou podporu.

Můžete uvést nějaké zásady, aby implementace byla co nejméně „bolestivá“?

Implementace ERP systému je zpravidla jedinečným projektem s vysokou mírou složitosti, proto je třeba pečlivě respektovat všechny zásady projektového řízení s aktivní účastí managementu zákazníka na činnostech řídicího a realizačního výboru. V případě, že ve fázi analýzy a návrhu systému nedochází ze strany dodavatele k pochopení strategických procesů a nedochází ani k naplňování procesů zpětné vazby, zužování kuželu nejistoty, pak by to mělo být bráno jako varování, že nelze očekávat ani správné provedení



z toho plynoucích úprav systému na míru zadání.

Jak poté zavedení ERP a po jaké době vyhodnocovat? Patří zpětná vazba do servisu dodavatelské společnosti?

Dobře víme, že prvním pilířem našeho řešení jsou naši nároční klienti, kteří mají svůj byznys a nepotřebují nám sdělovat své problémy. Nepotřebují ani rozumět složitosti IT světa.

Zpětná vazba není běžným závazkem, ale dnes důsledně praktikujeme zásady projektového řízení. Jsou součástí každého realizovaného projektu, vyhodnocením jeho logické rámcové matice. Pak měříme a vyhodnocujeme spokojenost všech zákazníků v provozu. Dodavatel, který tak nečiní, ubližuje sám sobě.

Děkujeme za rozhovor.

Kamila Ondráčková



2014

České mistryně synchronizovaného plavání

SK Univerzita Palackého, Olomouc

Powered by:



LEDEN

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

ÚNOR

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

BŘEZEN

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
7	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

DUBEN

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

KVĚTEN

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

ČERVEN

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

ČERVENEC

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

SRPEN

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

ZÁŘÍ

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

ŘÍJEN

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

LISTOPAD

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

PROSINEC

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

PROPOJTE E-FAKTURU SPRÁVNĚ S VAŠÍM ERP SYSTÉMEM

Lednová novela zákona o DPH zrovnoprávnila papírovou a elektronickou fakturu a harmonizovala tak tuzemskou a evropskou legislativu. Tím otevřela cestu dalšímu rozvoji elektronické fakturace a úsporám, které se v rámci Evropské unie odhadují na 240 miliard EUR v průběhu příštích šesti let při jejím plnohodnotném zavedení. V rámci ČR se pak v souvislosti s pomalejším náběhem hovoří o úsporách zhruba 0,5 mld. Kč v letošním roce a až 23 mld. Kč v roce 2018.

Čísla, která se na první pohled zdají až neuvěřitelně vysoká, mají přitom svůj reálný základ. Nespočívají totiž jenom na poštovním, ale zejména na benefitech při plné automatizaci celého procesu od vystavení faktury dodavatelem až po zpracování faktury ze strany odběratele. Tedy snížení časové náročnosti, zkvalitnění peněžních toků, odstranění chybivosti i omezení potřeby lidských zdrojů. Jenom hrubé náklady se v této souvislosti odhadují na více než dvacet pět korun na jednu fakturu.

Je v této souvislosti zřejmé, že elektronickou fakturou se zde nemyslí, v lokálních podmínkách bohužel zažité, zasílání PDF souboru emailem, ale posílání strukturovaných dat, umožňujících další strojové zpracování. V ideálním případě pak mohou stejně navazovat i další elektronické dokumenty, jako jsou objednávky, dodací listy, příjemky apod. Elektronická fakturace a optimálně i elektronická výměna dat týkajících se návazných obchodních procesů (EDI) se stane užitečným pomocníkem až za předpokladu, že je zároveň plnohodnotně implementována do podnikového informačního systému (ERP).

Mezi informatiky tak pochopitelně nyní vyvstává otázka, jakým způsobem EDI a ERP co nejefektivněji propojit. To podle reálných zkušeností ze spolupráce s desítkami ERP dodavatelů přitom nemusí představovat žádný složitý ani nákladný projekt. Větší část tuzemských ERP s touto možností počítá a prostřednictvím unifikovaných konektorů či speciálních aplikací umí data z/do systému dostat. Bylo by pěkné, kdyby rozhraní pro příjem a odesílání zpráv začalo být bráno jako standardní součást

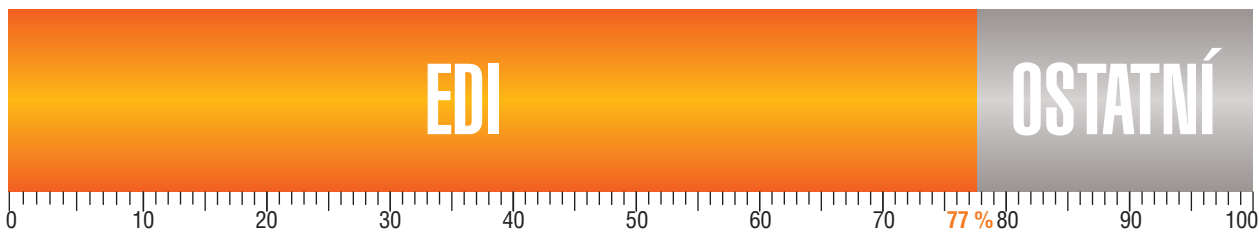
ERP systému. K samotnému zasílání elektronického dokladu mezi obchodními partnery pak lze využít služeb některého z poskytovatelů EDI služeb, kteří se postarají nejen o konverzi formátů pro automatizované načtení do systému protistrany a spolehlivé doručení, ale též legislativní a oborový soulad či důvěryhodnou archivaci.

David Reichel
ředitel divize eBusiness



NEJLEPŠÍ PRO ZAJIŠTĚNÍ VLASTNOSTÍ ELEKTRONICKÝCH FAKTUR JE EDI

Popsat stav elektronické fakturace v současném prostředí obchodu v Evropě si vzal za cíl průzkum americké společnosti GXS. Respondenti byli požádáni zodpovědět základní otázky týkající se jejich elektronické fakturace a postupů, jaké v současnosti používají. Průzkum byl rozdělen na 200 středních a velkých společností v celé Evropě.



Od letošního roku jsou státy Evropské unie legislativně harmonizovány v souladu s pravidly, které byly určeny evropskou direktivou 2010/45/EU z 13. 7. 2010. Kromě principu rovného zacházení s papírovým a elektronickým dokumentem přináší také povinnost zachování vlastností každé papírové či elektronické faktury a nové principy, zejména tzv. auditní stopu.

CO JE TO AUDITNÍ STOPA?

Auditní stopa (z evropské směrnice doslova "audit trail") znamená spolehlivou vazbu, která jednoznačně zdokumentuje tok zdanitelného plnění od zahájení, zdrojového dokumentu až po ukončení. Jde o propojení různých dokumentů v rámci celého životního cyklu plnění. Auditní stopa je spolehlivá tehdy, pokud propojení mezi podklady a zpracovaným plněním je snadno sledovatelné. To znamená, pokud auditní stopa obsahuje dostatečně podrobné informace k propojení souvisejících dokumentů, pak je spolehlivá vazba.

EDI a elektronické značky považovány za nejlepší způsoby pro zajištění původu a neměnnosti e-faktury

Právě tímto směrem byl orientován také průzkum GXS, který ukázal, že evropské firmy výrazně preferují EDI komunikaci. Nejpopulárnější a nejlépe vyhovující postup pro dosažení autenticity a integrity elektronických faktur je podle názoru 77 % respondentů právě Electronic Data Interchange prostřednictvím sítě B2B (VAN).

Zaručený elektronický podpis byl také jedním z nejoblíbenějších způsobů, jak tyto vlastnosti zajistit. Často se současně překrývala tato metoda s využitím EDI. Na dodržování pravidel používání elektronických značek sází na 57 % firem. Je příznačné, že téměř 21 % oslovených zástupců firem se mylně domnívalo, že pouhý e-mail je schopen splnit zákonné normy pro zajištění pravosti a integrity elektronických faktur.

Obdobný rozsáhlý průzkum realizovala společnost CCV Informační systémy v prosinci 2012, kdy se potvrdilo, že v českém prostředí je situace s používáním elektronického podpisu znatelně horší. Pouze 41 % firem vystavujících elektronické faktury je opatřuje elektronickým podpisem.

Rostoucí nároky partnerů a legislativa jsou stále živým problémem

Podle autorů průzkumu GXS ukazují výsledky na rostoucí složitost nároků celého obchodního a legislativního prostředí na elektronickou fakturaci. Náročnost jejich sledování a udržování vede k tomu, že pro mnoho organizací je obtížné poznat, jak a kde s elektronizací obchodních procesů vůbec začít.

Firmy tak hledají služby specializovaných poskytovatelů elektronické fakturace, a neúspěšnější z nich sází jednoznačně na jistotu globálních standardů. Jak vyplývá z výsledků průzkumu, respondenti se z tohoto důvodu stále více obrací k jedné z nejvíce etablovaných variant, desítky let globálně rozšířené a uznávané možnosti elektronické výměny dat, standardnímu EDI (UN/EDIFACT).

Překvapivé je, že průzkum zjistil, že potenciální úspory nákladů spojené s elektronickou fakturací byly považovány za nejméně důležitý důvod, proč firmy uvažovaly o přijetí elektronické fakturace do svých procesů, jen 10 % oslovených firem si vybralo úspory nákladů jako hlavní důvod pro zavedení elektronické fakturace.

Petr Ondrášek

ČESKO SE PŘIPRAVUJE NA MANDATORNÍ ELEKTRONICKOU FAKTURACI DO STÁTU

Národní mnohostranné fórum ČR pro elektronickou fakturaci na svém červnovém zasedání usnesením iniciovalo jednání se zástupci ministerstva vnitra na širší zapojení do mezirezortních prací na přípravě mandatorní elektronické fakturace orgánům veřejné moci.

Podle informací portálu Edizone.cz byla v červnu neformálně zřízena skupina pracovníků ministerstva vnitra, ministerstva financí a ministerstva pro místní rozvoj s cílem diskutovat o vytvoření podmínek pro zavedení mandatorní e-fakturace do státu a příprav implementace nové legislativy. Na říjnovém zasedání Národního fóra ČR pro elektronickou fakturaci, které je zřízeno při Hospodářské komoře ČR, pak o tom informoval zástupce Ministerstva financí ČR Robert Píffl a Jiří Svoboda za Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Následně byla projednávána rizika s tím spojená, například nežádoucí omezení na konkrétní formáty nebo výhradní komunikační kanály. Zástupci oborových organizací, které zastupují podnikatelskou sféru, proto navrhli více se podílet na této přípravě z pohledu současné praxe. Národní fórum vyjádřilo podporu záměru MF ČR zpracovat návrh usnesení vlády k zavedení povinné e-fakturace vybraným veřejným zadavatelům a stanovení povinného obsahu e-faktury při zachování nezávislosti na formátech a přenosových cestách.

Iniciativa ze strany Evropské komise

Snaha navazuje na podněty z Evropského mnohostranného fóra pro e-fakturaci, které funguje jako poradní orgán při Evropské komisi s cílem dosáhnout záměrů strategie Evropa 2020 v oblasti digitální agendy. Jak zaznělo na jarním zasedání evropského fóra v Bruselu, za klíčový faktor hromadného přijetí a používání e-fakturace je pro účastníky mnohonárodního fóra právě

opakovaně zmiňovaná mandatorní fakturace orgánům veřejné moci v případě veřejných zakázek. Tuto iniciativu představila před rokem zástupkyně Evropského parlamentu, poslankyně Silvia Adriana Țicău, a byla diskutována na dvou zasedáních evropského fóra jako reálná, s možnou perspektivou do roku 2016 tak, aby platila plošně na celém území EU.

Hlasy pro pokračování stávající ověřené praxe

Současně vznikla druhá verze dokumentu „Recommendation on Interoperability for Electronic Invoicing“ založená na harmonizaci sémantiky společného datového modelu. Na červnovém zasedání jej projednalo také Národní fórum ČR a přijalo usnesení, že návrh doporučení lze podpořit s podmínkami zejména v tom, že by nemělo docházet k omezení stávajících formátů, které jsou rozšířené a funkční (globální standard EDI) a měla by být zachována flexibilita. Jde tedy spíše o to sjednotit pouze strukturu. Aby bylo možné jít cestou harmonizované evropské normy, je třeba abstrahovat od formátů.

Přítomní zmiňovali obavu, že budoucí evropská norma pouze popisuje už jednou popsané, jde o datové prvky, které už používají. Datová struktura se soustředí na tři části datového modelu – takzvanou „core“ část (mandatorní), dále „country“ specifika a také sektorová specifika. Převládá ale názor, že nemá smysl, aby české hlasy v Evropském mnohostranném fóru pro elektronickou fakturaci vznik harmonizované normy blokovaly.

Petr Ondrášek

SSCC KÓDY NA DRUHOU

Využití SSCC kódů pro označení palet v kombinaci s elektronickým dodacím listem (DESADV) v EDI komunikaci představili zástupci společnosti Makro Cash & Carry (na snímku prezentuje Barbora Cikánková), Henkel a CCV Informační systémy na pražském logistickém kongresu Eastlog nebo na bratislavském fóru Slovlog.



The CCV Times

CCV Business Solutions – Libušina třída 23, Brno
CCV eBusiness – Pekařská 58, Opava
CCV eGovernment – Libušina třída 23, Brno

Tel.: +420 541 212 199
www.ccv.cz
twitter.com/ccvis
e-mail: marketing@ccv.cz

Vydavatel:
CCV Informační systémy
IČ: 46963740

Šéfredaktor: Petr Ondrášek
Editor: Radim Kamler
Grafická úprava: www.mhdsign.cz
Foto: archiv CCV, Atoz Event, CACIO a Reliant

Autorizováno Ministerstvem kultury ČR podle tiskového zákona č. 46/2000 Sb. Do evidence periodického tisku zapsáno s evidenčním číslem MK ČR E 20837. Náklad českého vydání 1/2014 je 4000 výtisků.