

Od oprogramowania dla biznesu oczekuje się skutecznego wsparcia działania firmy, nieskomplikowanej obsługi i ceny adekwatnej do jakości. Ostatnie lata pokazały, że nie mniej istotną cechą jest możliwość integracji programu z zewnętrznymi aplikacjami i dopasowanie go w ten sposób do potrzeb własnego biznesu.

W dobie informatyzacji i powszechnego dostępu do usług, które zaledwie kilka lat temu osiągalne były wyłącznie dla wielkich korporacji, producenci oprogramowania jeszcze uważniej wsłuchują się w głosy przedsiębiorców próbujących odkryć, jakie cechy ich zdaniem powinien mieć idealny program. Innowacją, która wyznacza nowe trendy w projektowaniu aplikacji biznesowych ma być mashup wyróżniony w 2008 roku przez analityków firmy badawczej Gartner jako jedna z 10 strategicznych technologii jutra. Boom na mashup przewidzieli także autorzy raportu Forrester Research, którzy za kulminacyjne lata wskazali 2009 i 2010 rok prognozując, że popularność tego oprogramowania zacznie maleć dopiero w 2013 roku, jako odpowiedź na pojawienie się nowej generacji narzędzi biznesowych.

Mashup łączy aplikacje

Najogólniej ujmując mashup to technika łączenia treści, danych i funkcji zaczerpniętych z Internetu w celu nadania im nowej, niespotykanej i atrakcyjniejszej formy. - To rozwiązanie, które pomaga rozwijać funkcjonalność własnych produktów poprzez integrację z zewnętrznymi, niezależnymi aplikacjami. Stanowi szansę przede wszystkim dla programistów, którzy wykorzystując ogólnodostępne technologie mogą nie tylko urozmaicać ofertę, ale także tworzyć zupełnie inne, kompleksowe pakiety rozwiązań - mówi Tomasz Pakulski z platformy komunikacyjnej Redlink.pl.

Zatem kluczem jest integracja wielu aplikacji w jednym narzędziu. Przykładem mogą być usługi telekomunikacyjne oferowane przez Redlink.pl - kampanie głosowe, smsowe oraz faksowe, które mogą zostać zaimplementowane do dowolnego systemu informatycznego (np. sklepu internetowego, CMS, CRM) bez konieczności wprowadzania skomplikowanych wdrożeń czy ponoszenia dodatkowych kosztów. Tomasz Pakulski dodaje: - Przy pomocy API, zaprojektowanego przez Redlink.pl, można budować nowe aplikacje lub rozbudowywać już istniejące bez potrzeby inwestowania we własną platformę VoIP.

Integracja z Web Services

Dla przedsiębiorcy Redlink.pl Web Services oznacza narzędzie pozwalające na automatyzację wielu procesów biznesowych w jednym miejscu - np. realizację zamówień w sklepie internetowym, monitoring usług i kompleksową obsługę klienta od momentu złożenia zamówienia, realizacji umowy, po kwestie rozliczeń czy działania windykacyjne.

Czynnikiem kluczowym staje się także możliwość regularnego, bezpośredniego i spersonalizowanego kontaktu z odbiorcami oferty, nie tylko poprzez standardowe już wiadomości e-mailowe, ale również za pośrednictwem bardziej nietypowych kanałów komunikacji, które pozwolą wyróżnić się na tle konkurencji - jak na przykład wiadomości głosowych. Takie rozwiązania oszczędzają czas i pieniądze dzięki możliwości przeprowadzania kampanii reklamowych lub/i informacyjnych z poziomu własnego, rozbudowanego systemu. Tym bardziej, że nie jest potrzebne tworzenie lub importowanie bazy klientów czy też szkolenie pracowników, przygotowujące ich do obsługi nowego systemu.

Voice Services

Voice Services to nic innego jak możliwość realizacji profesjonalnych kampanii głosowych (tzw. voice broadcast lub SMS głosowy) w odniesieniu do użytkowników telefonów stacjonarnych i komórkowych. Rozwiązanie to nie jest zbyt często spotykane na rynku, stanowi więc dodatkowy wyróżnik firm, które z niego korzystają. Plusem jest także fakt, że przedsiębiorca nie musi zatrudniać konsultantów telefonicznych do przekazywania wiadomości, ponieważ pracę tę wykona system w sposób w pełni kontrolowany i zautomatyzowany.

Z systemu CRM wzbogaconego o Redlink.pl Voice Services korzysta m.in. spółka Ogicom proponująca nowoczesne rozwiązania internetowe dla biznesu. Prezes firmy, Krzysztof Szyszka: - Voice Services zoptymalizował pracę działu windykacji. W określonym momencie system informatyczny generuje komunikat tekstowy przekazywany następnie do platformy Redlink.pl. System automatycznie zamienia go na mowę i odtwarza klientowi poprzez zestawione połączenie telefoniczne. Dzięki temu możemy skutecznie dotrzeć do klientów, którzy zalegają z płatnościami.

SMS Services

Wiadomość tekstowa to nadal bardzo efektywne narzędzie łączące w sobie prostotę i zwiezłość przekazu z niemal stuprocentowym prawdopodobieństwem przeczytania wiadomości przez odbiorcę. Narzędzie to świetnie sprawdzi się w informowaniu klientów o: postępach w realizacji zamówienia, wydarzeniach i imprezach, konkursach lub promocjach. Ciekawym pomysłem są także ankiety SMS, które pozwalają zmierzyć poziom zadowolenia klienta i usprawnić proces jego obsługi.

Z platformy Redlink.pl korzysta m.in. firma Inotel świadcząca usługi z dziedziny telekomunikacji i Internetu. - Kampanie SMS pozwalają dotrzeć z komunikatem do użytkowników informując np. o chwilowych przerwach w dostępie do usługi lub kończącym się okresie obowiązywania umowy. System nie dość, że wygodny i prosty w obsłudze, to pozwala utrzymać stały kontakt z klientami, niezwykle ważny z punktu widzenia branży – przytacza przykład prezes Inotel, Jakub Dwernicki.

Fax Services

Fax Services to możliwość rozsyłania wystawionych zamówień, faktur oraz innych dokumentów w oparciu o protokół faksowy. Z usług Redlink.pl od wielu miesięcy korzysta kwiaciarnia internetowa Euroflorist, która współpracuje z ponad 600 kwiaciarniami w Polsce. Ponieważ nie wszystkie punkty posiadają stały dostęp do Internetu, postanowiono oprzeć wymianę zamówień o komunikację faksową oraz SMS.

- Dzięki Redlink.pl Web Services pracownicy działu zamówień zostali odciążeni z ręcznego wysyłania faksów i kontroli ich dostarczenia. Zaoszczędziliśmy w ten sposób czas, dzięki czemu możemy skupić się na lepszej obsłudze klienta oraz realizacji zamówień – mówi Andrzej Świdorski, członek zarządu EuroFlorist Polska.

Więcej o komunikacji bezpośredniej przeczytać można na www.redlink.pl.

Redlink.pl