

ΟΝΟΜΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ	ΚΩΔΙΚΟΣ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΙΣΧΥΟΣ
ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ	P.S&M.D.01_1	01/04/2021

ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΕΚΔΟΣΕΩΝ	ΚΩΔΙΚΟΣ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗΣ

ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	Η συγκεκριμένη διαδικασία περιγράφει τον τρόπο που πραγματοποιείται μια οικονομική προσφορά
ΕΚΔΟΤΗΣ	Κωνσταντίνος Αγαίτης
ΣΥΝΤΑΚΤΗΣ	Μανώλης Αλεξιάδης
ΕΓΚΡΙΣΗ	Φίλιππος Κωστόπουλος

ΡΟΛΟΙ ΠΟΥ ΔΙΑΧΕΙΡΙΖΟΝΤΑΙ ΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ	Sales & Marketing Representative / Sales & Marketing Manager / Commercial Manager
--	---

ΤΕΛΙΚΗ ΕΓΚΡΙΣΗ	ΑΠΟ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΕΓΚΡΙΘΗΚΕ	
	Βάντα Κωστοπούλου		YES ☐	NO ☐
	Φίλιππος Κωστόπουλος		YES ☐	NO ☐

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ
Ορισμοί
Περιγραφή της Διαδικασίας
Παράρτημα Flow Chart

ΟΡΙΣΜΟΙ
Οικονομική Προσφορά: Το έγγραφο σε μορφή pdf αποστέλλεται προς τον πελάτη, προς απάντηση της εκάστοτε ζήτησης του. Το έγγραφο περιλαμβάνει πάντα τους όρους φόρτωσης, τα σχετικά κόστη, τον χρόνο ταξιδιού, το εμπόρευμα και τον αριθμό των παρεχόμενων ελεύθερων ημερών από σταλίες. POL: Port of Loading POD: Port of Discharge

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ

Αφετηρία της διαδικασίας της **Οικονομική Προσφοράς** είναι η λήψη σχετικού αιτήματος εκ μέρους του πελάτη. (Εγχειρίδιο Διαδικασίας Οικονομικής Προσφοράς AL / YML, σελ.2) Πρωτίστως αφού λάβουμε το αίτημα του πελάτη και πριν ξεκινήσουμε την διαδικασία της Οικονομικής Προσφοράς, ο πρώτος παράγοντας ο οποίος θα εξετάσουμε είναι αν ο πελάτης είναι **νέος** και δεν έχει υπάρξει προηγούμενη συνεργασία ή **παλιός**.

Εφόσον ο πελάτης είναι νέος, ακολουθούνται δύο βήματα: (Εγχειρίδιο Διαδικασίας Οικονομικής Προσφοράς AL / YML, σελ.9-17)

- Πραγματοποιείται επικοινωνία μαζί του από το τμήμα των πωλήσεων έτσι ώστε να γίνει **εμπορική αποτύπωση του πελάτη**.
- Πραγματοποιείται ο **οικονομικός έλεγχος** του πελάτη από το λογιστήριο.

Το πρώτο στάδιο της προσφοράς είναι η αξιολόγηση του αιτήματος μέσω του συστήματος **Orian**. (Εγχειρίδιο Διαδικασίας Οικονομικής Προσφοράς AL / YML, σελ.4-8) Η φόρμα την οποία χρησιμοποιούμε για να γίνει αυτός ο έλεγχος είναι το **Pivot Quotation**. Χρησιμοποιώντας το Pivot Quotation εισαγάγουμε στοιχεία όπως το POL, το POD και το commodity. Αυτό γίνεται κυρίως για να δούμε αν το αίτημα αφορά κάποια δουλειά που, είτε μας έχει ζητηθεί από κάποιον άλλον πελάτη είτε την διαχειριζόμαστε ήδη εμείς μέσω κάποιου άλλου πελάτη (freight forwarder) ή απευθείας (direct accounts). Κατόπιν βάσει εμπορικών κριτηρίων αξιολογούμε ποια τιμή θα προσφέρουμε.

Στην συνέχεια προχωράμε είτε σε **καταχώρηση ευκαιρίας πώλησης**, αν ο πελάτης είναι νέος, είτε σε **Προσφορά/ Quotation** αν ο πελάτης είναι παλιός ή ήδη καταχωρημένος στο σύστημα μας οπότε έχει ήδη γίνει εμπορική αποτύπωση και οικονομικός έλεγχος.

Καταχώρηση ευκαιρίας πώλησης

Με την χρήση του πεδίου στο Orian της **ευκαιρίας πώλησης** αρχικά καταγράφουμε αρχικά το είδος της επαφής με τον πελάτη (call contact, email request, visit). Εν συνέχεια καταγράφουμε την ευκαιρία πώλησης δηλαδή το ενδιαφέρον του πελάτη για μεταφορά που μπορεί να αναλάβει η Arkas Hellas. Τέλος από το πεδίο της ευκαιρίας πώλησης μπορούμε προχωρήσουμε σε καταχώρηση:

- Επαφής/Contact
- Προσφοράς/Quotation
- Επίσκεψης/Visit
- Sales Lead

Με αυτό τον τρόπο όλες οι ανωτέρω ενέργειες θα εμφανίζονται στο ιστορικό της ευκαιρίας πώλησης. (Εγχειρίδιο Διαδικασίας Οικονομικής Προσφοράς AL / YML, σελ.9-17)

Προσφορά/Quotation

Κατά το στάδιο της δημιουργίας της προσφοράς, έχουμε δύο είδη προσφορών. Είναι οι προσφορές μας οι οποίες βασίζονται στις **ταρίφες/ guideline rates** και οι προσφορές οι οποίες βασίζονται σε **διαπραγμάτευση ναύλου** με την γραμμή.

Στην περίπτωση που προχωράμε με **τιμές ταρίφας**, δημιουργούμε μια προσφορά μέσω του πεδίου **Quotation** στην οποία καταχωρούμε τα βασικά στοιχεία δηλαδή **Client, Salesman, POL, POD, validity, Terms, CNTR type, transit time, free days** και μέσω των price lists που είναι ήδη περασμένες στο Orian μπορούμε να «τραβήξουμε» αυτόματα στην προσφορά μας τόσο τον θαλάσσιο ναύλο όσο και τα αντίστοιχα free in/out. (Εγχειρίδιο Διαδικασίας Οικονομικής Προσφοράς AL, σελ.18-27, Εγχειρίδιο Διαδικασίας Οικονομικής Προσφοράς YML, σελ.18-28)

Στην περίπτωση που πρέπει να γίνει κάποια διαπραγμάτευση ναύλου/όρων (π.χ free days), μεταφέρουμε μέσω email με τα αντίστοιχα templates στο εκάστοτε trade desk department τη ζήτηση του πελάτη αφού πρώτα την έχουμε φιλτράρει και αξιολογήσει. (Εγχειρίδιο Διαδικασίας Οικονομικής Προσφοράς AL, σελ.28, Εγχειρίδιο Διαδικασίας Οικονομικής Προσφοράς YML, σελ.29)

Κατόπιν τούτου και εφόσον έχουμε καταλήξει σε κάποιον ναύλο με την γραμμή προχωράμε πάλι σε **Quotation** αλλά καταχωρούμε τον ναύλο χειροκίνητα. Επίσης καταχωρούμε και το ναύλο τον οποίο ζήτησε ο πελάτης ως **Requested Price**. (Εγχειρίδιο Διαδικασίας Οικονομικής Προσφοράς AL, σελ.29-33, Εγχειρίδιο Διαδικασίας Οικονομικής Προσφοράς YML, σελ.30-36)

Εφόσον η προσφορά έχει δημιουργηθεί την αποθηκεύουμε σε μορφή pdf και την αποστέλλουμε στον πελάτη. Στην συνέχεια και σε περίπτωση που ο πελάτης δεν επανέλθει άμεσα με επιβεβαίωση της προσφοράς και **booking**, επανερχόμαστε μετά από ένα σύντομο χρονικό διάστημα για να ελέγξουμε σε τι κατάσταση βρίσκεται το αίτημα του πελάτη. Ένα το booking χάθηκε, αποτυπώνουμε τους λόγους. Σε περίπτωση που ο πελάτης προχωρήσει με booking προσθέτουμε στην αλληλογραφία το τμήμα του **customer loyalty** και δημιουργούμε το αντίστοιχο **Contract** το οποίο καταχωρούμε στο υπάρχον Quotation.

Σε περίπτωση που νέος πελάτης τοποθετήσει booking ζητάμε από το λογιστήριο να γίνει ένας έλεγχος ICAP για τυχόν αρνητικές ενδείξεις. Εφόσον κάτι τέτοιο δεν προκύψει προχωράμε με το Booking.

Οι εμπορικοί όροι της προσφοράς μας πρέπει να συμβαδίζουν με την Εμπορική πολιτική της εταιρείας μας , στους ήδη υπάρχον πελάτες προχωράμε βάσει των συμφωνιών που έχουμε και σε νέους πελάτες να ξεκινάνε με ταρίφες τοπικών εξόδων και τρόπο πληρωμής με μετρητά ,Οποιαδήποτε διαφοροποίηση των όρων πρέπει να έχει την έγκριση του Manager.

