

# **BANKING, INSURANCE & CAPITAL MARKETS**

Kompleksowe planowanie i wsparcie procesu sprzedaży

## **Comarch CRM Sales Management**



**COMARCH**  
SYSTEMY INFORMATYCZNE

## Wprowadzenie

W wysoce konkurencyjnym otoczeniu biznesowym instytucje finansowe stoją przed koniecznością nieustannego podnoszenia poziomu efektywności swoich działań. Proces ten odbywa się w warunkach zmniejszających się różnic między konkurencyjnymi produktami oraz malejącej rentowności. Postępujący proces globalizacji oraz coraz szersze zastosowanie technologii zmieniają wizje funkcjonowania przedsiębiorstw. Strategie produktowe oraz efektywność procesów tracą pozycję głównych wyznaczników pozycji rynkowej. Podstawowym warunkiem sprawnego funkcjonowania w otoczeniu konkurencyjnym staje się wysoki poziom wartości dodanej oferowanej klientowi.

Coraz częściej celem strategicznym przedsiębiorstwa jest skuteczne zarządzanie cyklem życia klienta a nie jedynie szeregiem transakcji i kontaktów. Strategie skoncentrowane na kliencie stają się więc bez wątpienia podstawą modeli biznesowych przedsiębiorstw osiągających sukces rynkowy.

Współpracując z klientami z sektora finansowego w zakresie tworzenia rozwiązań służących realizacji strategii marketingowych i sprzedażowych, Comarch opracował oraz stworzył innowacyjną linię systemów Comarch CRM. Specjaliści Comarch wspomagają jednocześnie wdrażanie strategii CRM w przedsiębiorstwach poprzez profesjonalną analizę wymagań biznesowych, zaprojektowanie procesów i wdrożenie optymalnie skonfigurowanych rozwiązań.

Comarch CRM Sales Management to wyróżniające się na rynku rozwiązanie umożliwiające realizację strategii przedsiębiorstwa w zakresie obsługi klienta oraz planowania i realizowania strategii sprzedaży. Pracując z przeglądarką internetową doradcy klienta mają nieograniczony dostęp do informacji sprzedażowej, danych klienta, leadów oraz korporacyjnej bazy wiedzy. System pozwala również zarządzać strukturą oraz planami działów sprzedaży i obsługi.

## Korzyści

### **Zarządzanie cyklem życia klienta**

Obsługa procesów pozyskiwania klientów, budowania trwałych partnerskich relacji z lojalnymi klientami oraz stosowanie skutecznych strategii odzyskiwania dochodowych klientów, którzy skłaniają się do przejścia do konkurencji.

### **Jedno źródło informacji o kliencie**

System oferuje wgląd w widok 360° klienta oraz możliwość dokonywania operacji na jego kontaktach.

### **Zarządzanie kontaktami**

System pozwala prowadzić wieloetapowy proces obsługi leadów i okazji sprzedażowych. Obsługuje również skargi, zażalenia i zapytania zgłaszane przez klienta.

### **Wysoka jakość obsługi**

Dostęp do kompletnej informacji oraz sprawny proces obsługi zapewniają wysoki poziom satysfakcji klienta.

### **Interakcja w czasie rzeczywistym**

Praca z aktualnymi danymi w ramach każdego kanału komunikacji.

### **Wielokanałowa komunikacja**

System pozwala w pełni wykorzystać potencjał dostępnych kanałów komunikacji z klientem – call center, oddziały, SMS, internet – WWW i WAP, faks, poczta.

### **Standaryzacja procesów**

Modelowanie pozwala dostosować procesy do zmian na rynku i rozwoju organizacji.

### **Praca zespołowa**

System pozwala na kompleksową obsługę procesu sprzedaży przez zespół specjalistów poprzez zdefiniowany zakres i reguły przekazywania odpowiedzialności.

### **Zarządzanie procesem i strukturą sprzedaży**

System umożliwia przygotowanie, podział i monitorowanie realizacji planów sprzedażowych w ramach całej struktury organizacji.

### **Zarządzanie wiedzą**

Wewnętrzny portal informacyjny pozwala na szybki dostęp do raportów, informacji sprzedażowej, tabel opłat, regulaminów.

### **Otwarta architektura**

Rozwiązanie Comarch CRM rośnie wraz z organizacją dzięki możliwości rozbudowy o kolejne moduły – zarządzanie kampaniami marketingowymi, program lojalnościowy, analityczny CRM, Contact Center.

## Funkcjonalność

4

Realizacja strategii przedsiębiorstwa w zakresie operacyjnego wsparcia sprzedaży i obsługi klienta oraz zarządzanie planami sprzedażowymi to główne zadania realizowane w ramach Comarch CRM Sales Management. Rozwiązanie obejmuje szeroki zakres funkcjonalności zarówno dla doradców (Aplikacja Sprzedawcy), jak i pracowników „back office” (Aplikacja Centralna) odpowiedzialnych za zarządzanie procesem sprzedaży (przygotowywanie informacji dla doradców, opracowywanie polityki cenowej, budowanie planów sprzedażowych, monitorowanie sprzedaży i analizowanie raportów z wynikami sprzedaży, etc.).

Comarch CRM Sales Management posiada również moduł pozwalający na sprawne administrowanie całym systemem:

- zarządzanie użytkownikami,
- import list produktów,
- definiowanie nowych formularzy wniosków i umów,
- zarządzanie planami sprzedażowymi,
- budowę rzeczywistej lub wirtualnej struktury działów sprzedaży,
- definiowanie raportów sprzedażowych i operacyjnych.

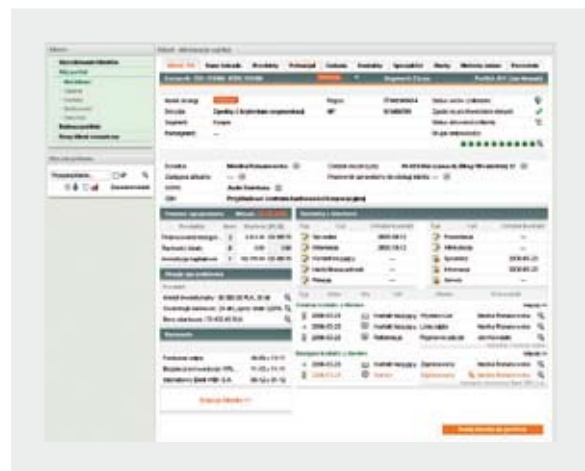
Kompleksowa funkcjonalność Comarch CRM Sales Management obejmuje:

- wygodny, prosty w użyciu terminarz do zarządzania kontaktami,

- dostęp do informacji na temat planowanych, realizowanych i zaległych kontaktów,
- dostęp do informacji o realizowanych i planowanych kampaniach marketingowych,
- możliwość śledzenia kampanii, jakimi jest objęty obsługiwany klient,
- wgląd w listę leadów i okazji sprzedażowych,
- przygotowanie rekomendacji sprzedażowych lub wykorzystanie rekomendacji z systemu analitycznego CRM,
- możliwość bezpośredniej realizacji transakcji oraz sprzedaży produktów w systemie Comarch CRM Sales Management zintegrowanym z systemem operacyjnym,
- zarządzanie obiegiem dokumentów oraz ich archiwizację,
- możliwość obsługi wniosków elektronicznych składanych przez klientów przez kanały samoobsługowe (internet, SMS, kioski multimedialne etc.),
- dostęp do uaktualnianej informacji o produktach, tabeli opłat i prowizji, zarządzeniach wewnętrznych etc.,
- pełna współpraca w czasie rzeczywistym pomiędzy poszczególnymi doradcami i jednostkami centrali (np. przekazywanie zadań, wniosków).



Pulpit doradcy



Widok 360 stopni klienta

## Zarządzanie relacjami (Aplikacja Sprzedawcy)

Rozwój oraz utrzymanie pozytywnych relacji z klientem wymaga nieustannego trafnego identyfikowania jego potrzeb i odpowiedniego ich zaspokojenia w ramach przyjaznego i sprawnego systemu obsługi. Aplikacja Sprzedawcy Comarch CRM Sales Management przeznaczona jest dla pracowników uczestniczących bezpośrednio w obsłudze klientów. Jest ona podstawowym narzędziem pracy dla doradców:

- w oddziałach,
- w Contact Center,
- sprzedawców mobilnych korzystających ze zdalnego dostępu do systemu.

Dzięki zastosowaniu technologii Single Sign On (SSO) użytkownik po zalogowaniu się do aplikacji otrzymuje automatycznie dostęp do wewnętrznych systemów informatycznych i baz danych w zakresie odpowiadającym jego uprawnieniom. Funkcjonalność Aplikacji Sprzedawcy dostępna jest w przeglądarce internetowej. Nawigacja w systemie jest łatwa i intuicyjna. Sposób prezentacji danych oraz dostęp do określonych funkcjonalności systemu są dopasowane do profili poszczególnych użytkowników.

Podstawowa funkcjonalność Aplikacji Sprzedawcy obejmuje:

- zagregowany Workplace z pulpitem i inboxem,
- zagregowany widok klienta (Customer Single View),
- zarządzanie danymi klientów,
- obsługa klientów potencjalnych,
- obsługa okazji sprzedażowych i leadów,
- zarządzanie kontaktami,
- wykonywanie operacji na koncie klienta,
- możliwość przeprowadzania ankiet uzupełniających profil klienta,
- zarządzanie skargami.

### Klienci

Użytkownik aplikacji CRM powinien mieć dostęp do pełnej i jednolitej wizualnie informacji o profilu, aktywności i potencjale klienta. Informacje powinny być przekrojowe, aktualne i dostępne w jednej aplikacji, na jednym

ekranie. W ramach systemu Comarch CRM Sales Management informacje te są zestawiane z listą aktualnie intensywnie promowanych produktów w celu zaproponowania klientowi odpowiedniej oferty dodatkowej.

Praca w kontekście klienta umożliwia sprawną obsługę dzięki rozbudowanej funkcjonalności aplikacji:

- zaawansowane wyszukiwanie klientów zarówno wśród wszystkich profili w bazie jak i jedynie tych przypisanych do danego doradcy,
- wprowadzanie danych nowych klientów i prospektów; raz wprowadzone dane są zachowane w bazie danych i wykorzystywane do automatycznego wypełniania pól formularzy i wniosków,
- weryfikacja danych klienta w bazach danych wewnętrznych i zewnętrznych (np. dokumentów zastrzeżonych, BIK etc.),
- podgląd i modyfikacja profilu klienta wraz ze szczegółową informacją na temat segmentu i dochodowości klienta, historii kontaktów, wykorzystywanych produktów oraz rekomendacji dotyczących zindywidualizowanej oferty sprzedażowej,
- przegląd szczegółowych informacji dotyczących produktów, które posiada dany klient oraz tych, którymi może być zainteresowany w najbliższym czasie,
- podgląd zdarzeń, które mają nastąpić w określonym czasie na rachunkach danego klienta (np. w przypadku banków zapadalność kredytu lub data zakończenia lokaty),
- zarządzanie planem kontaktów z klientem - użytkownik systemu może wyszukiwać, przeglądać i modyfikować listę kontaktów, dodawać zawiadomienia i definiować zasady uruchamiania alertów,
- przegląd listy operacji zrealizowanych przez danego klienta i zarejestrowanych w systemie operacyjnym lub systemie księgowym,
- przegląd szczegółów postępowań windykacyjnych, które ewentualnie mogą toczyć się przeciwko klientowi.

Comarch CRM Sales Management przeznaczony jest do obsługi zarówno klientów detalicznych jak i korporacyjnych. Korporacyjna wersja systemu zawiera specyficzne funkcjonalności pozwalające zarządzać kompleksową sprzedażą i procesem ofertowania, prognozować potencjał klienta, zapisać informacje związane z jego strukturą. Wersję detaliczną zoptymalizowano

## 6

wano pod względem sprawności obsługi dużej ilości kontaktów i operacji oraz zgodności z ustawą o ochronie danych osobowych. Rozbudowano również moduł podpowiedzi sprzedażowych oraz obsługę elektronicznych kanałów komunikacji (głównie SMS, WAP).

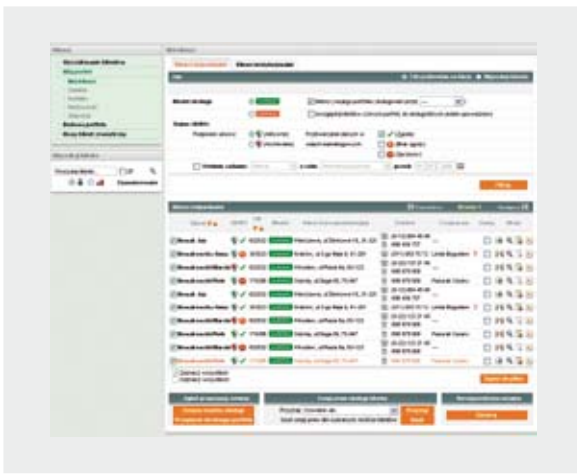
### Kontakty

System informatyczny efektywnie wspierający proces sprzedaży powinien umożliwiać natychmiastowe dotarcie do kompleksowej informacji o historii kontaktów z klientem w czasie, gdy doradca przygotowuje się do realizacji kolejnego kontaktu lub właśnie go obsługuje. Rozwiązanie do kompleksowej obsługi kontaktów z klientem powinno również umożliwiać planowanie, realizację i kontrolę działań w ramach całej struktury organizacyjnej. Powyższe zagadnienia były szczególnie brane pod uwagę podczas projektowania Comarch CRM Sales Management. System pozwala sprawnie realizować plany związane z obsługą kontaktów na poziomie centrali, oddziału, zespołu sprzedażowego oraz pojedynczego doradcy. Wbudowane narzędzia do zarządzania kontaktami z klientem obejmują: przygotowanie, realizację, modyfikację, monitorowanie i generowanie raportów. System automatycznie generuje raporty aktywności i skuteczności a menadżerowie otrzymują obiektywne, całościowe zestawienia dotyczące efektywności działań doradców oraz skuteczności kampanii marketingowych i sprzedażowych.

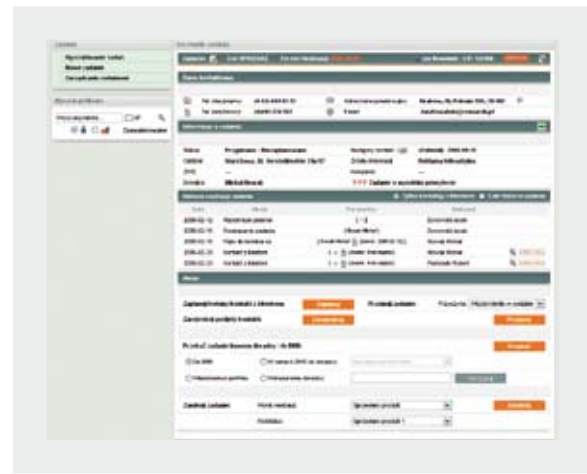
W przypadku kontaktów planowanych w ramach kampanii marketingowych w systemie generowana jest baza adresowa klientów, do której następnie automatycznie wysyłane są informacje marketingowe. W przypadku kanałów bezpośrednich tj. WWW, SMS, email realizacja kontaktów następuje automatycznie, zgodnie z harmonogramem i zdefiniowanymi regułami biznesowymi. Kontakty przydzielone do realizacji dla poszczególnych oddziałów lub Contact Center rozsyłane są bezpośrednio do kierowników zespołów. Oni rozdzielają wygenerowane kontakty do poszczególnych doradców.

### Operacje

Comarch CRM Sales Management rozwiązuje problem konieczności logowania się doradcy do wielu systemów wewnętrznych w celu obsługi klienta i sprzedaży. Aplikacja łączy się bezpośrednio z systemami informatycznymi banku i pozwala na realizację operacji oraz sprzedaży za pośrednictwem własnego interfejsu w zakresie, w jakim system zintegrowany jest z systemem operacyjnym. System wspiera obsługę całego procesu sprzedaży z możliwością podziału na etapy przypisane do różnych typów użytkowników. System działa w oparciu o skonstruowane schematy procesów dla poszczególnych operacji wraz z załączonym kompletem niezbędnych dokumentów.



*Klienci znajdujący się w portfelu doradcy*



*Szczegóły zaplanowanego kontaktu z klientem*

## Zarządzanie sprzedażą (Aplikacja Centralna)

Comarch CRM Sales Management zawiera rozbudowaną funkcjonalność back office, pozwalającą sprawnie zarządzać procesem sprzedaży w organizacji, w szczególności:

- budować plany sprzedaży w oparciu o podział geograficzny (regiony, oddziały, zespoły), funkcjonalny, w podziale na poszczególne rodzaje produktów oraz segmenty klientów,
- modyfikować plany sprzedaży,
- kontrolować proces realizacji planów sprzedażowych,
- zarządzać pracownikami (przypisywanie doradców do klienta, informacje o indywidualnych planach sprzedażowych, ustalanie zastępstw etc.).

### Planowanie sprzedaży

Jasno zdefiniowany plan sprzedażowy wyznacza rytm pracy doradcy, stymuluje go do podejmowania konkretnych działań, jest podstawą do oceny efektywności pracownika i może być wykorzystany do usprawnienia wewnętrznych programów motywacyjnych.

Planowanie i monitorowanie realizacji sprzedaży jest jedną z unikalnych cech Comarch CRM Sales Management. System kompleksowo wspiera te procesy: od przygotowania planów na poziomie centrali banku, poprzez ich późniejszą dystrybucję w dół struktury organizacyjnej, aż do poziomu doradcy. Taki podział pozwala uży-

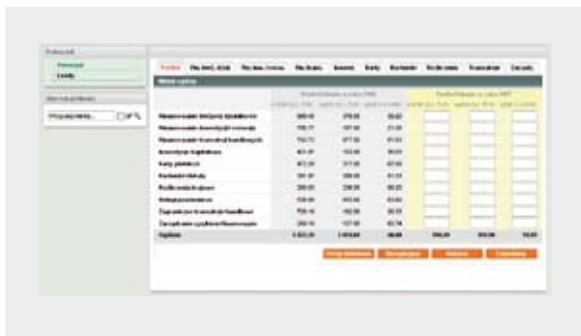
wać kontrolę nad realizacją procesu sprzedaży w ramach całej struktury organizacyjnej.

Monitorowanie realizacji procesu sprzedaży pozwala budować analizy typu lejek sprzedaży z uwzględnieniem różnorodnych kryteriów na każdym poziomie struktury organizacyjnej banku. Będąc częścią modułu raportowego Comarch CRM Sales Management, lejek pozwala każdemu doradcy prognozować przyszłe strumienie sprzedaży.

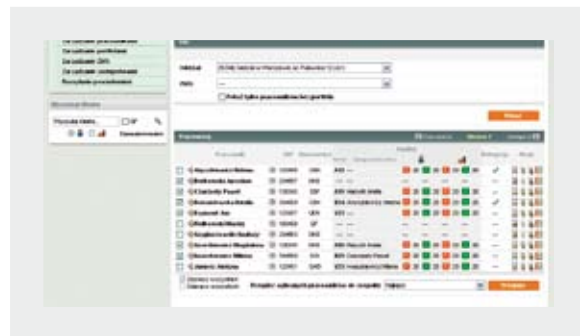
### Zarządzanie zasobami sprzedażowymi

Udana sprzedaż jest wynikiem pracy zespołowej. Comarch CRM Sales Management pozwala efektywnie współpracować wielu specjalistom w trakcie procesu sprzedażowego. Umożliwia przypisywanie im odpowiedzialności, delegację zadań, definiowanie schematów zastępstw.

Zarządzanie sprzedażą możliwe jest w podziale na kanały dystrybucji, regiony geograficzne, poszczególne oddziały i doradców, segmenty klientów, produkty. Dostęp do funkcjonalności systemu Comarch CRM Sales Management przypisywany jest zgodnie z posiadanymi uprawnieniami, włączając w to przedstawicieli zewnętrznych sieci dystrybucji (pośrednicy, agencje). W zarządzaniu dostępem do systemu wykorzystane są sprawdzone mechanizmy zarządzania tożsamością. Takie rozwiązanie gwarantuje jednocześnie wysoki poziom bezpieczeństwa i wygodę korzystania z systemu.



Szczegóły potencjału sprzedażowego klienta



Zarządzanie pracownikami w oddziale

Realizacja strategii CRM to w każdym przypadku wielopoziomowy proces wewnętrznych zmian. Dla zakończenia projektu sukcesem niezwykle ważną decyzją jest wybór partnera, rozumiejącego filozofię CRM oraz będącego ekspertem w dziedzinie technologii niezbędnych do jej realizacji. Wiedza i doświadczenie Comarch za każdym razem służą udanemu przejściu od początkowej koncepcji rozwiązania do rzeczywistego wzrostu wartości oferowanej klientowi.

### Zarządzanie treścią

Unikalną cechą systemu jest wykorzystanie w części back office dedykowanej funkcjonalności Comarch Content Management System. Moduł ten pozwala na wyjątkowo szeroki zakres modyfikacji funkcjonalności, zawartości oraz wyglądu aplikacji Comarch CRM Sales Management. Takie rozwiązanie pozwala dopasowywać interfejs systemu do potrzeb przedsiębiorstwa w zależności od stopnia rozwoju organizacji, zakresu prowadzonej działalności, oraz celów sprzedażowych.

Comarch CRM Sales Management oferuje rozbudowaną funkcjonalność zarządzania wiedzą sprzedażową. W portalu wewnętrznym będącym częścią rozwiązania znajdują się aktualne wersje formularzy wniosków i umów, tabele opłat oraz prowizji, informacje o prowadzonych kampaniach marketingowych, wypowiedzi sprzedażowe. Sekcja zawiera ponadto szczegółowe opisy produktów, które redagowane są bezpośrednio przez menadżerów produktów.

### Modelowanie procesów

Dzięki zastosowaniu w Comarch CRM Sales Management narzędzia do zarządzania procesami, bank uzyskuje pełną kontrolę nad przebiegiem procesów sprzedaży i obsługi klienta. Modelowanie pozwala dostosować funkcjonalność systemu do rozwoju organizacji przez modyfikację istniejących oraz budowanie nowych schematów procesów. Do tego celu służy graficzny kreator wykorzystujący technologię „drag and drop”.

Modelowanie pozwala na precyzyjny podział procesu sprzedaży na etapy oraz określenie warunków jego zakończenia. Zdefiniowane procesy pozwalają precyzyjnie określić wykonawcę danego etapu oraz wbudować zestaw automatycznych powiadomień. Poszczególne etapy procesu mogą być uruchamiane automatycznie (po wystąpieniu zdefiniowanego zdarzenia) lub manualnie przez pracownika banku (po wykonaniu określonej czynności w systemie).

### Zarządzanie alertami i komunikatami

Użytkownik ma możliwość definiowania powiadomień i alertów systemowych na poziomie organizacji procesów monitorowania. Administrator Biznesowy może zapisać w systemie warunki, których wystąpienie uruchomi alert wysyłany automatycznie jako email, SMS lub prezentowany bezpośrednio na pulpicie Comarch CRM Sales Management. Treść generowanych alertów dopasowana jest do poziomu w strukturze organizacyjnej oraz uprawnień adresatów. Doradca może również zdefiniować osobisty zestaw zdarzeń, o których chce być informowany. Może to być np. informacja o zbliżającym się terminie wygaśnięcia umowy kredytowej lub lokaty klienta.

Alerty mogą pełnić funkcje kontrolne umożliwiając szybką eskalację problemów pojawiających się w ramach procesu. Przykładem takiej sytuacji może być przedłużanie się procesu sprzedaży poza zdefiniowany okres, przekroczenie limitu ilości otwartych procesów sprzedażowych, niższa niż planowana realizacja sprzedaży, etc.

# Technologia

Comarch CRM Sales Management rośnie wraz z rozwojem firmy. Jest wysoce skalowalny i elastyczny dzięki:

- modułowej budowie – klient posiada swobodę decyzji o zakresie i kolejności uruchamiania poszczególnych modułów funkcjonalnych CRM (system wsparcia sprzedaży, zarządzanie kampaniami marketingowymi, schematy lojalnościowe i retencja dotychczasowych klientów, Contact Center) oraz o skali uruchamianego programu w czasie,
- otwartej platformie integracyjnej i aplikacyjnej – klient ma szerokie możliwości rozbudowy systemu i integracji z systemami wewnętrznymi i zewnętrznymi oraz bazami danych,
- wielokanałowej obsłudze – system jest gotów do uruchomienia na dowolnym etapie rozwoju sieci sprzedaży, przy jednoczesnej optymalizacji wykorzystania dotychczasowych kanałów dystrybucji i komunikacji (call center, oddziały, SMS, internet – WWW i WAP, faks, inne).

## Architektura

Budowa systemu Comarch CRM Sales Management oparta jest o architekturę trójwarstwową Java Enterprise Edition (JEE).

### Warstwa prezentacji

Interfejs użytkownika obsługiwany jest przez wszystkie popularne przeglądarki internetowe. Konstrukcja warstwy prezentacji oparta jest o nowoczesną technologię portletową, dzięki czemu interfejs użytkownika zyskał możliwość niemal nieograniczonej modyfikacji i dopasowania do zakresu obowiązków poszczególnych użytkowników.

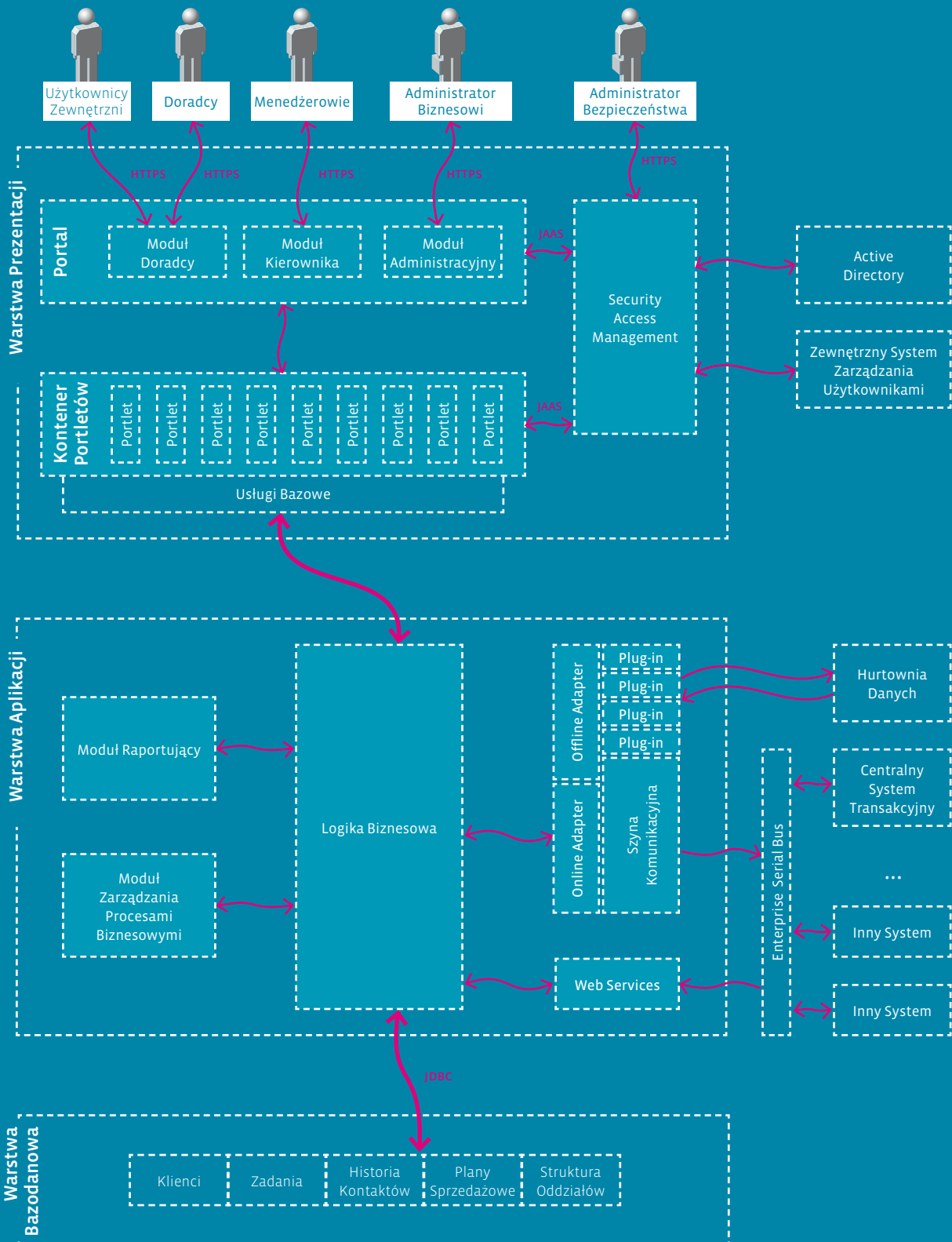
### Warstwa pośrednia

Warstwa ta wykorzystywana jest do zapisu logiki biznesowej oraz zapewnia integrację z zewnętrznymi systemami i bazami danych wykorzystywanych w procesie obsługi klienta. Wykorzystuje ona serwery aplikacji, w zakresie których Comarch posiada wieloletnie doświadczenie: BEA WebLogic, IBM WebSphere oraz JBoss.

### Warstwa bazodanowa

Na poziomie tej warstwy system pozwala na zarządzanie zarówno danymi pozyskiwanymi z systemów wewnętrznych jak i gromadzonymi lokalnie w systemie CRM. Warstwa charakteryzuje się:

- przejrzystą, dobrze udokumentowaną strukturą danych,
- efektywnymi metodami ETL służącymi do zasilania systemu danymi,
- wysokim poziomem integracji danych.



**Comarch SA**

Al. Jana Pawła II 39 a  
31-864 Kraków  
Polska

**Tel:** +48 12 64 61 000

**fax:** +48 12 64 61 100

**e-mail:** info@comarch.pl

**Polska**

Kraków, Gdańsk,  
Katowice, Lublin,  
Łódź, Poznań, Szczecin,  
Warszawa, Wrocław

**Belgia** Bruksela**Finlandia** Helsinki**Francja** Lille**Litwa** Wilno**Niemcy** Drezno**Panama** Panama City**Rosja** Moskwa**Słowacja** Bratysława**Stany Zjednoczone**

Chicago, Miami

**Ukraina** Kijów**Zjednoczone Emiraty****Arabskie** Dubai

[www.finanse.comarch.pl](http://www.finanse.comarch.pl)

[www.comarch.com](http://www.comarch.com) [www.comarch.pl](http://www.comarch.pl) [www.comarch.de](http://www.comarch.de) [www.comarch.ru](http://www.comarch.ru)

Comarch jest wiodącym środkowoeuropejskim dostawcą biznesowych rozwiązań IT, które kompleksowo obsługują relacje z klientami i optymalizują działalność operacyjną oraz procesy biznesowe. Głównym atutem firmy jest głęboka wiedza branżowa, którą przekazujemy naszym klientom w postaci zintegrowanych systemów informatycznych w sektorach telekomunikacyjnym, usług finansowych, administracji publicznej, oraz dla dużych, średnich i małych firm. Comarch zatrudnia ponad 2500 najwyższej klasy specjalistów w Europie, USA i na Bliskim Wschodzie.

Spółka ComArch Spółka Akcyjna z siedzibą w Krakowie, Aleja Jana Pawła II 39A, zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla Krakowa - Śródmieścia w Krakowie XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000057567. Wysokość kapitału zakładowego Spółki wynosi 7.960.596,00 zł. Kapitał zakładowy został wpłacony w całości. NIP: 677-00-65-406

**COMARCH**

Copyright © Comarch 2007. Wszystkie prawa zastrzeżone. Żadna część tej pracy nie może być powielana i rozpowszechniana, w jakiegokolwiek formie i w jakiegokolwiek sposób (elektroniczny, mechaniczny) włącznie z fotokopiowaniem, nagrywaniem na taśmy lub przy użyciu innych systemów, a także tłumaczona na jakiegokolwiek język bez pisemnej zgody Comarch S.A. (Wydawca). Wydawca dołożył wszelkich starań, aby informacje zawarte w tym dokumencie były zgodne z prawdą oraz wolne od błędów i braków. Wydawca zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian w dokumencie bez informowania o tym. Fragmenty dokumentu mogą nie być zgodne z ostatnimi wersjami oprogramowania. Znaki handlowe „Comarch” są wyłączną własnością Comarch SA i nie mogą być wykorzystywane bez pisemnej zgody Wydawcy. Pozostałe znaki handlowe są własnością poszczególnych firm.

PL-2008.06