



5 советов, как безболезненно перейти на юридически значимый электронный документооборот с контрагентами

Допустим, в вашей организации уже используется система электронного документооборота. Следующий шаг – отказаться от бумаги во взаимодействии с контрагентами. Что ни говори, но для любой компании переход на электронный документооборот (ЭДО) с контрагентами сродни стрессу. Как сделать так, чтобы «акклиматизация» к новым условиям работы прошла благополучно? Какой политики придерживаться, чтобы деловые партнеры восприняли перспективу электронного взаимодействия как точку роста для собственного бизнеса?

В статье опишем 5 советов, как безболезненно перейти на юридически значимый электронный документооборот с вашими контрагентами, пусть даже их несколько тысяч. Советами делятся эксперты сервиса Synerdocs (разработчик – компания DIRECTUM), за плечами которых десятки тысяч подключенных к ЭДО пользователей.

СОВЕТ #1

Спланируйте проект подключения

Проект подключения представляет собой стратегию по переводу контрагентов на обмен электронными документами. Он включает в себя мероприятия по информированию, мотивации и сопровождению контрагентов, состоит из этапов планирования, реализации и подведения итогов.

Проект подключения разрабатывает и проводит команда, в которую входят специалисты оператора ЭДО и сотрудники заказчика. Со стороны исполнителя держит руку на пульсе руководитель проекта подключения.

Интересы компании, чьих контрагентов предстоит подключать, представляет руководитель проекта от заказчика (далее – РПЗ). Как показывает практика, с этой ролью лучше всего справляются сотрудники, непосредственно связанные с процессами документооборота в компании. Например, главный бухгалтер или руководитель отдела документационного обеспечения. Участие такого человека в проекте повышает успех. Еще один удачный кандидат на роль РПЗ – инициативный, умеющий планировать и достигать результатов project-менеджер. Правда, в его случае должно быть подспорье, например, приказ от высшего руководства о внедрении в компании системы электронного документооборота.

СОВЕТ #2

Информируйте правильно

В рамках информационной кампании необходимо не только донести до контрагентов сообщение, что вы переходите на ЭДО, но и объяснить, как подключиться к вашему оператору, ответить на вопросы или инициировать роуминг в своем сервисе.

Перед планированием данного этапа следует понимать, что каждая организация имеет свой эффективный канал связи с клиентами и партнерами. Иногда вложение рекламной листовки в пакет бумажных документов может быть эффективнее проведения масштабной email-рассылки. Поэтому нужно всегда иметь в виду, какой канал передачи информации является основным при общении с контрагентами. Желательно дублировать его и дополнительными средствами.

Пример. Подключение к сервису Synerdocs контрагентов генератора такси

Так как основная масса контрагентов генератора – это таксисты, одним из самых эффективных способов информирования оказалась SMS-рассылка. Специалисты оператора ЭДО провели успешную информационную кампанию и за 2-3 месяца подключили порядка 75% таксистов в регионах и Москве.

Также оператор ЭДО может предложить дополнительные информационные и рекламные материалы для раздачи в клиентской службе, модули для печатных документов, баннеры, шаблоны новостей для сайтов и многое другое – в зависимости от специфики и эффективности каналов.

СОВЕТ #3

Используйте инструменты мотивации

Разумеется, одной только информации иногда бывает недостаточно для принятия решения. Часто компании уже понимают, что переход на ЭДО неизбежен, но им необходим существенный импульс для активных действий. Придумать и дать этот импульс – самый интересный и творческий момент всего проекта подключения.

Бонусы

Мотивировать может множество небольших бонусов как от приглашающей компании, так и от выбранного оператора. Со стороны последнего это могут быть различные скидки на трафик и сертификаты электронных подписей, пробные периоды с бесплатным обменом электронными документами и т.д.

Возместите часть затрат контрагентам, с которыми вы больше всего заинтересованы в электронном обмене (оплатите приобретение сертификата, трафик в вашу сторону). Для вас это может быть значительно выгоднее, чем продолжать работать с бумагой.

Программа лояльности

Со стороны приглашающей компании переход на ЭДО может стать частью существующей программы лояльности. Либо он может повлиять на ценовую политику, на приоритеты в обработке заказов, уровень услуг и т.п. Например, партнеры, обменивающиеся с вами документами в электронном виде, могут рассчитывать на быструю оплату (по факту подписания документа электронной подписью) и уменьшение срока отсрочки платежа. Для таких контрагентов вы можете гарантировать льготные условия ведения бизнеса. В зависимости от отрасли это могут быть: скидки по прайсу, бонусы на маркетинговые мероприятия и т.д.

В разработке мотивационных программ важно понимать, что и само предложение надо правильно «продать» контрагенту. Оно должно быть понятным, доступным и очевидно подчеркивать выгоду. Сложные схемы здесь не работают.

Пример. Подключение к сервису Synerdocs контрагентов крупнейшей лизинговой компании в России



В проекте использовали мягкие методы и инструменты мотивации. В их числе информационные сообщения в личном кабинете клиента и на сайте компании «ВЭБ-лизинг», обучающие вебинары и персональные консультации. Параллельно с этими работами сотрудники Synerdocs настроили роуминговый обмен документами с клиентами, которые работают в других сервисах ЭДО.

Рекомендательная стратегия дала хорошие результаты. Также на успех повлияла активная позиция АО «ВЭБ-лизинг». Руководство компании реально заинтересовано в электронном документообороте – сотрудники прошли обучение основам ЭДО и сейчас сами консультируют клиентов по вопросам работы в сервисах обмена».

Просвещайте своих контрагентов

Наверняка у большинства ваших партнеров юридически значимый электронный документооборот будет ассоциироваться с чем-то сложным, требующим глубокого погружения и специфических знаний. Отчасти так и есть, в ЮЗЭДО нужно разобраться. И ваша задача – помочь контрагентам получить знания, которые помогут им дальше в работе с электронными документами.

Что вы (совместно с оператором ЭДО) можете сделать?

Проводите индивидуальные демонстрации

Специалист оператора проводит удаленную презентацию, рассказывает о возможностях, которые открываются благодаря подключению к сервису обмена, показывает, как работать в программе, и что в техническом плане для этого необходимо.

Пригласите на онлайн-обучение

Представители сервиса обмена Synerdocs регулярно проводят бесплатные [вебинары](#) для всех, кто заинтересован в переходе на ЭДО или пока только присматривается и хочет получить ответы на вопросы. Пригласите своих контрагентов на очередной вебинар.

Подготовьте источники информации и руководства

Контрагенту высылается набор справочных материалов, воспользовавшись которыми, он сможет самостоятельно подключиться к сервису обмена электронными документами и начать в нем работать.

Опубликуйте страницы сайта с гайдами

Такой вариант сопровождения доказал свою эффективность на особо крупных проектах, где количество контрагентов исчисляется тысячами. Страница отражает последовательность действий, которые нужно предпринять для подключения к оператору ЭДО. Здесь же прописываются индивидуальные условия (если таковые имеются). Например, промокод для льготного приобретения сертификата электронной подписи.

Проинструктируйте по вопросам подключения

Подходит для контрагентов, которые с новыми технологиями на «вы». Специалисты оператора ЭДО подключаются к рабочему столу в удаленном режиме и регистрируют абонента в сервисе. Далее проводится инструктаж по основной функциональности – как подписывать документы, отправлять их и др.

Не бросайте начатое

Итак, руководители проекта со стороны исполнителя и заказчика определили набор мероприятий, чтобы проинформировать о переходе на ЭДО. Первая волна кампании, как показывает практика, подогревает интерес контрагентов, заставляет задуматься о необходимости перемен.

Нужно быть готовыми к тому, что сразу после первых обзвонів и рассылок к сервису электронного документооборота подключатся не все. Остается часть сомневающихся, игнорирующих, незаинтересованных. С ними работа ведется плотнее и в ход идут более изощренные, мотивационные уловки. Какие? Здесь лучше обратиться к специалистам оператора ЭДО, в арсенале которых наверняка найдутся методы и инструменты мотивации самых «крепких орешков» из числа ваших контрагентов.

Надавите на контрагентов

Сразу предупреждаем, что совет не для всех. Прибегнуть к так называемому ультиматуму и заставить контрагентов перейти на ЭДО может себе позволить далеко не каждая компания. Такой способ подходит для сильных игроков рынка, привыкших диктовать партнерам собственные условия работы. Например, интернет-магазин Wildberries.

Жесткая позиция онлайн-ритейлера обеспечила успех проекту подключения

WILDBERRIES

[Проект Wildberries](#) получил мощное развитие именно благодаря выбору ультимативной стратегии. Изначально отмечали определенную степень незаинтересованности поставщиков в переходе на ЭДО. Поэтому одним из ключевых мотивационных факторов стала жесткая позиция онлайн-ритейлера, донесенная до контрагентов с помощью рассылки.

Правильным решением было и проведение совместных обучающих вебинаров, в рамках которых охватили большую часть контрагентов. Непосредственно подключением поставщиков полностью занимались специалисты сервиса Synerdocs. В итоге благодаря совместным усилиям практически 100 % поставщиков Wildberries перешли на ЭДО.

С 2015 до 2018 гг. к сервису Synerdocs подключились свыше 3 000 контрагентов компании. Подавляющая часть новых поставщиков обмениваются документами с Wildberries в электронном виде.

Контактная информация:

present@directum.ru

8-800-234-72-11

directum.ru