

Studija slučaja implementacije softvera Salesforce u neprofitnom sektoru

Čavlina, Lucija

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:400683>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-12**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija - smjer Menadžerska informatika

**STUDIJA SLUČAJA IMPLEMENTACIJE SOFTVERA SALESFORCE U
NEPROFITNOM SEKTORU**

Diplomski rad

Lucija Čavlina

Zagreb, rujan 2024.

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija - smjer Menadžerska informatika

**STUDIJA SLUČAJA IMPLEMENTACIJE SOFTVERA SALESFORCE U
NEPROFITNOM SEKTORU**

**CASE STUDY OF SALESFORCE SOFTWARE IMPLEMENTATION IN THE
NONPROFIT SECTOR**

Diplomski rad

Studentica: Lucija Čavlina

JMBG studenta: 0067597904

Mentorica: Prof. dr. sc. Mirjana Pejić Bach

Zagreb, rujan 2024.

SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI NA HRVATSKOM JEZIKU

Za potrebe ovog projekta stvorena je neprofitna udruga Svijet mladih. Neprofitne organizacije često se suočavaju s izazovima poput upravljanja projektima, resursima i komunikacijom s donatorima i sudionicima. Prije implementacije analizirani su zahtjevi klijenta i stvoren je detaljan model podataka koji povezuje sve relevantne objekte, uključujući donacije, prijave, projekte i radionice. Glavni dio implementacije je Salesforce aplikacija kojom je poboljšano upravljanje poslovnim procesima i podacima. Drugi dio implementacije je korisničko sučelje koje je razvijeno unutar Experience Cloud platforme. Ovaj korisnički portal omogućava korisnicima pristup informacijama o udruzi, prijavu na događaje, uređivanje profila i pregled vlastitih prijava. Komponente su izrađene tako da zadovoljavaju specifične potrebe korisnika, a aplikacija je prevedena na hrvatski jezik. Sve navedene funkcionalnosti omogućile su udruzi Svijet mladih efikasnije upravljanje resursima i bolju komunikaciju s članovima, što je rezultiralo značajnim poboljšanjem njihovog poslovanja i služenja zajednici.

Ključne riječi: Sustavi za upravljanje korisnicima, Salesforce, neprofitne organizacije, Experience Cloud, Svijet mladih, podaci, aplikacija, korisnički portal

SUMMARY AND KEYWORDS IN ENGLISH

For this project, the non-profit organization Svijet mladih was created. Non-profit organizations often face challenges such as managing projects, resources, and communication with donors and participants. Before the implementation, client requirements were analyzed, and a detailed data model was created to connect all relevant objects, including donations, applications, projects, and workshops. The main part of the implementation is the Salesforce application, which improved the management of business processes and data. The second part of the implementation is the user interface developed on the Experience Cloud platform. This user portal allows users to access information about the organization, register for events, edit profiles, and review their applications. The components were designed to meet the specific needs of users, and the application was translated into Croatian. All these functionalities have enabled Svijet mladih to manage resources more efficiently and improve communication with members, resulting in significant improvements in their operations and service to the community.

Keywords: Customer Relationship Management Systems, Salesforce, Nonprofit Organizations, Experience Cloud, World of Youth, Data, Application, User Portal

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je prijava teme diplomskog rada isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio prijave teme nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz ne citiranog izvora te da nijedan dio rada / prijave teme ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio prijave teme nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

(vlastoručni potpis studenta)

(mjesto i datum)

STATEMENT ON THE ACADEMIC INTEGRITY

I hereby declare and confirm by my signature that the final thesis is the sole result of my own work based on my research and relies on the published literature, as shown in the listed notes and bibliography. I declare that no part of the thesis has been written in an unauthorized manner, i.e., it is not transcribed from the non-cited work, and that no part of the thesis infringes any of the copyrights. I also declare that no part of the thesis has been used for any other work in any other higher education, scientific or educational institution.

(vlastoručni potpis studenta)

(mjesto i datum)

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 1.1. Predmet i cilj rada | 1 |
| 1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja | 1 |
| 1.3. Sadržaj i struktura rada..... | 2 |
| 2. SUSTAVI ZA UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KLIJENTIMA..... | 3 |
| 2.1. Definicija i svrha sustava za upravljanje klijentima..... | 3 |
| 2.2. Vrste sustava za upravljanje klijentima | 4 |
| 2.3. Koristi i izazovi implementacije sustava za upravljanje odnosima s klijentima..... | 5 |
| 2.4. Povijest i osnivanje Salesforce platforme..... | 8 |
| 2.5. Salesforce platforma za upravljanje klijentima..... | 9 |
| 2.5.1. Sales Cloud..... | 10 |
| 2.5.2. Service Cloud | 10 |
| 2.5.3. Marketing Cloud..... | 11 |
| 2.5.4. Salesforce prihod prema vrsti proizvoda..... | 12 |
| 3. ANALIZA STUDIJA SLUČAJA IMPLEMENTACIJE SALESFORCE PLATFORME U NEPROFITNOJ ORGANIZACIJI..... | 13 |
| 3.1. Nefitni sektor te njihova korist od Salesforce rješenja..... | 13 |
| 3.1.1. Definicija i osnivanje neprofitnih udruga | 13 |
| 3.1.2. Upravljanje neprofitnom udrugom | 13 |
| 3.1.3. Razlika profitnog i neprofitnog sektora | 14 |
| 3.1.4. Članovi neprofitne udruge..... | 14 |
| 3.1.5. Sustavi za upravljanje klijentima u neprofitnom sektoru..... | 15 |
| 3.2. Opis neprofitne udruge Svijet mladih..... | 15 |
| 3.3. Analiza modela i korisničkih zahtjeva organizacije..... | 17 |
| 4. DIZAJN RJEŠENJA STUDIJE SLUČAJA | 21 |
| 4.1. Salesforce terminologija i sučelje | 21 |
| 4.2. Experience Cloud | 22 |
| 4.3. Stvaranje Salesforce aplikacije “Svijet mladih” | 24 |
| 4.4. Implementacija korisničkog sučelja | 45 |
| 4.5. Analiza isplativosti implementacije sustava Salesforce u neprofitnoj udruzi „Svijet mladih“ | 53 |
| 5. ZAKLJUČAK | 55 |

| | |
|------------------------------|----|
| POPIS KORIŠTENIH IZVORA..... | 57 |
| POPIS SLIKA..... | 64 |
| ŽIVOTOPIS..... | 66 |

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada je prikazati rezultate implementacije sustava Salesforce te analizirati rezultate korištenja sustava za upravljanje klijentima u neprofitnim organizacijama. U radu je prikazano kako sustavi za upravljanje klijentima mogu biti namijenjeni i neprofitnom sektoru čije organizacije svakodnevno posluju s brojim klijentima i pohranjuju mnoge podatke. Za potrebe ovog rada stvorena je neprofitna udruga Svijet mladih čiji su poslovni procesi i potrebe analizirane te je u skladu s tim implementiran sustav. Cilj ovog rada je prikazati implementaciju Salesforce sustava u neprofitnoj organizaciji i prikazati kako implementacija utječe na upravljanje udrugom i ostvarivanje rezultata. Svijet mladih je neprofitna organizacija koja organizira razna događanja i surađuje s drugim udrugama. Za ispunjavanje potreba organizacije, odnosno stvaranje aplikacije i korisničkog sučelja, korišten je sustav Salesforce i njegov paket Experience Cloud. Rješenje je napravljeno unutar testnog okruženja Salesforce sustava.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Teorijski dio rada temelji se na sekundarnim izvorima podatak koji su prikupljeni iz domaće i strane znanstvene i stručne literature: knjiga, članaka, publikacija, relevantnih internetskih stranica i dostupnih baza podataka. Podaci o neprofitnom sektoru su prikupljeni tijekom razgovora s članovima raznih neprofitnih organizacija, što je omogućilo dublje razumijevanje potreba i poslovanja neprofitnog sektora. Glavni alat za izradu studije slučaja je Salesforce, u čijem je testnom okruženju stvorena aplikacija za upravljanje kontaktima, donacijama i brojnim drugim stavkama koje su ključne za poslovanje udruge. Također su za izradu rada korištene metode analize, klasifikacije, deskripcije i sinteze, kojima su se podaci povezali u smislenu cjelinu.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad je podijeljen u pet dijelova s odgovarajućim potpoglavljima:

1. Uvod
2. Sustavi za upravljanje odnosima s klijentima
3. Analiza Studija slučaja implementacije Salesforce platforme u neprofitnoj organizaciji
4. Dizajn rješenja studije slučaja
5. Zaključak

Prvo poglavlje je ujedno i uvodno, sadrži osnovne podatke o radu i podacima korištenim u njemu. U drugom poglavlju je objašnjen koncept sustava za upravljanje klijentima te je uključen teorijski uvod u Salesforce tvrtku i sustav. Zatim, detaljno je objašnjen pojam neprofitnih organizacija te način funkcioniranja i upravljanja neprofitnim organizacijama. Prikazana je neprofitna organizacija Svijet mladih, uključeni su podaci pokriveni Statutom organizacije. Također su pokriveni zahtjevi organizacije koji su ispunjeni tijekom implementacije. Četvrto poglavlje uključuje uvod u Salesforce okruženje koje će se koristiti za poslužiteljsku stranu (engleski „Backend“) i Experience Cloud, platforma za stvaranje korisničkog sučelja (engleski „Frontend“). Navedena su objašnjenja o Salesforce aplikaciji te su prikazani rezultati implementacije skupa s ekranskim prikazima. Posljednje poglavlje rada je zaključak u kojem su izloženi najvažniji zaključci provedene analize i implementacije.

2. SUSTAVI ZA UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KLIJENTIMA

2.1. Definicija i svrha sustava za upravljanje klijentima

Sustavi za upravljanje odnosima s klijentima predstavljaju moderna rješenja koja kombiniraju razne tehnologije i strategije koje tvrtkama omogućavaju stvoriti i održati uspješne odnose s postojećim i potencijalnim klijentima. Takav pristup rezultira uspješnijim poslovanjem, boljim poslovnim odnosima i rastom profitabilnosti. Sustavi za upravljanje klijentima su namijenjeni tvrtkama bilo koje veličine i djelatnosti jer sve tvrtke imaju vrlo slične potrebe i ciljeve kada je riječ o klijentima. Sustavi za upravljanje klijentima poduzećima mogu pomoći privući nove klijente i zadržati postojeće. Poduzećima također pomažu ispuniti dugoročne i kratkoročne ciljeve poslovanja jer im omogućavaju bolju organizaciju i upravljanje poslovanjem. (Anderson i Kerr, 2002.)

Potreba za implementacijom ovih sustava posljedica je povećanja poslovanja i količine podataka koji svakodnevno nastaju. Stvaraju se novi zahtjevi i potrebe, uključujući centraliziranu bazu podataka, automatizaciju procesa te sveobuhvatno praćenje podataka o klijentima. Sustavi za upravljanje klijentima prikupljene podatke organiziraju na jedinstveno mjesto kako bi se analizirali, a njihove baze su adekvatne za iskorištavanje i čuvanje podataka kako bi se dobile kvalitetne informacije. Na temelju dobivenih informacija prepoznaju se različiti profili kupaca kojima se prilagođavaju ponude tako da se kreiraju prilagođene marketinške kampanje. Personalizacijom je omogućeno efikasno upravljanje klijentima i prodajnim procesima, to vrlo brzo rezultira poboljšanjem poslovnih odnosa. O kupcu je potrebno brinuti tijekom svake faze životnog ciklusa kupca, kako bi se stvorio i održao dugoročan i kvalitetan poslovni odnos. Životni vijek kupca obuhvaća skup odnosa poduzeća i kupca. Životni ciklus klijenta je podijeljen u tri faze: pridobiti kupca, zadržati kupca i razvoj kupca. Najbitnija je prva faza jer bez kupaca, odnosno klijenta, u većini slučajeva nema ni uspješnog poslovanja. Sustavi za upravljanje klijentima su ključan alat za pribavljanje kupaca i njihov prelazak u sljedeću fazu. (Buttle i Maklan, 2015.)

Sustavi mogu pohraniti i podatke o partnerima i suradnicima, zaposlenicima i brojnim drugim entitetima s kojima je poduzeće ostvarilo interakciju, a bitni su za uspjeh poslovanja. Podaci omogućuju tvrtkama dobiti ključan uvid o kupcima, vizualizirati podatke i donijeti nove zaključke i strategije. Sustavi pohranjuju podatke iz različitih područja poput prodaje, marketinga i usluga, a podaci su prikupljeni iz raznih kanala komunikacije kao što su web-

mjesto, telefonski razgovori, poruke te društvene mreže. Cijeli proces se obavlja automatski što omogućuje radnicima raditi slobodnije i opuštenije, bez da obavljaju repetitivne sporedne poslove koji im oduzimaju vrijeme za obavljanje ključnih i bitnih zadataka. Zaposlenici su zadovoljniji i više angažirani na radnom mjestu. Vrijeme koje bi inače potrošili koristeći neefikasne metode praćenje podataka o klijentima mogu iskoristiti na druge poslovne aktivnosti, dok sustav sam pohranjuje i analizira podatke. Prvi sustavi za upravljanje klijentima osnovani su krajem 20. stoljeća te su prošli brojne faze nadogradnje, s godinama im se funkcionalnost proširila te su postali ključni element u svim strateškim odlukama. (Kumar i Reinartz, 2006.)

2.2. Vrste sustava za upravljanje klijentima

Prema funkcionalnosti postoje četiri tipa sustava za upravljanje klijentima. Svi sustavi su orijentirani klijentima, ali svaki tip na drugi način rješava poslovne potrebe. U nastavku su opisane glavne karakteristike operativnog, analitičkog, suradničkog i strateškog sustava za upravljanje klijentima.

Operativni sustavi za upravljanje klijentima optimiziraju ključne poslovne procese te omogućavaju efikasno prikupljanje potencijalnih klijenata, njihovo pretvaranje u kontakte te pružanje usluga tijekom cijelog životnog ciklusa klijenta. Repetitivni i komplicirani poslovi koji zaposlenicima oduzimaju previše vremena prebačeni su na sustav koji te zadatke obavlja brže i efikasnije. Poslovi obuhvaćaju područje prodaje, marketinga, uslužnih djelatnosti te podrške korisnicima. Podaci o klijentima su centralizirani i dostupni svim članovima tima, tako je olakšana suradnja i komunikacija unutar organizacije. Zaposlenicima je omogućeno lakše praćenje poslovnih aktivnosti, bolja suradnja između timova i praćenje poslovnih prilika. (Workday, 2019)

Analitički sustavi integriraju podatke, obavljaju analize i prezentiraju izvješća na temelju prikupljenih podataka o klijentu i poslovanju. Pomažu kako bi se podaci pravilo iskoristili jer nepravilno rukovanje podacima može uzrokovati propuštene poslovne prilike i smanjenje prihoda. Temelj analitičkih sustava su podaci, a rezultati analize podataka daju jasan uvid u trenutno stanje poslovanja te služe kao podloga za donošenje uspješnih poslovnih odluka. Korisnicima je olakšano praćenje podataka o klijentu tijekom svakog dijela klijentova ciklusa te se lakše i brže mogu prepoznati njihove potreba. Prodajni i marketinški timovi unutar

poduzeća dobivaju jasan uvid o preferencijama kupaca. Klijente je moguće grupirati i svakoj grupi prilagoditi strategiju i ponudu. Podaci su prikupljeni iz različitih kanala te se analiziraju na strukturiran način kako bi otkrili obrasce koji su do tada bili nejasni ili nepoznati. (Kumar i Reinartz, 2006.)

Suradnički sustavi za upravljanje klijentima često su korišten alat velikih organizacija koje svakodnevno upravljaju brojnim klijentima te posjeduju velik broj odjela koji ne komuniciraju na efikasan način. Odjeli se nalaze na različitim lokacijama te zbog nekvalitetne suradnje djeluju nekoordinirano. Marketinški odjel, odjel prodaje i odjel korisničke potpore mogu imati istog klijenta, ali različite informacije o njegovim zahtjevima, suradnjama i problemima. Potrebno je održati suradnju među odjelima kako bi podaci bili transparentni, a informacije dostupne svim odjelima u realnom vremenu. Suradnički sustavi kombiniraju tradicionalne i moderne komunikacijske tehnologije. (Kumar, 2023.)

Strateški sustavi za upravljanje klijentima, specijalizirani su za prilagođavanje poslovne strategije za različite profile kupaca. Ovi sustavi prikupljaju podatke o klijentima te na temelju dobivenih informacija o željama i potrebama stvaraju različite profile kupaca i stvaraju strategije za osvajanje svake pojedinačne kategorije. (TechRound, 2023). Za svako poduzeće je bitno zadržati i privući klijente jer oni donose većinu prihoda. Vrijednost svakog kupca za poduzeće je moguće procijeniti na temelju vrijednosti kupca. Na temelju informacija koje dobiju od kupca poduzeća mogu prilagoditi svoje proizvode i ponudu kako bi zadržali postojeće kupce i privukli nove.

2.3. Koristi i izazovi implementacije sustava za upravljanje odnosima s klijentima

Sustavi za upravljanje klijentima glavni su alat za stvaranje uspješnih odnosa s klijentom. Fokusirani su na dvije vrlo bliske i ovisne varijable; s jedne strane je zadovoljstvo i odanost klijenta, a s druge poslovni uspjeh poduzeća. Najveća ekonomska vrijednost poduzeća rezultat je suradnje sa zadovoljnim i odanim klijentima. Implementacija sustava za upravljanje klijentima donosi poslovne i financijske uspjehe, no ako se neispravno koriste i implementiraju, mogu donijeti značajne gubitke. Potražnja za sustavima potječe od poduzeća koja se svakodnevno susreću s poslovnim problemima poput necentraliziranosti podataka i neadekvatnim upravljanjem klijentima.

Prednosti implementacije navedenih sustava su:

1. Centraliziranost podataka

Svako poduzeće ili organizacija, neovisno o svojoj veličini, tijekom svojeg postojanja stvara veliku količinu podataka. Ključna prednost za poslovanje koju donose sustavi za upravljanje klijentima je povezivanje i pohranjivanje svih podataka na jedinstveno mjesto. Ti podaci uključuju osobne podatke ili specifične podatke klijenta čijom se analizom dobivaju dodatne karakteristike i informacije o svakom pojedinom klijentu. U korisničkom profilu su pohranjeni demografski podaci, isto tako i povijest kupovine ili suradnje, klijentova aktivnost u aplikacijama ili povijest komunikacije s klijentom. Odnosno svi podaci koji poduzećima koriste kako bi privukli i zadržali svoje klijente te ih bolje razumjeli. (McGab Enaohwo, 2024.)

2. Analiza slabih točaka poslovanja

Na temelju prikupljenih podataka mogu se stvoriti izvještaji i nadzorne ploče koje sadrže ključne informacije o poslovanju. Na temelju tih podataka mogu se prepoznati i popraviti slabe točke poslovanja koje rezultiraju gubitkom klijenata i zarade. Menadžment može lakše osmisliti strategiju za rješavanje problema i ostvarenje većih uspjeha organizacije.

3. Automatizacija poslovnih procesa

Automatizacija poslovnih procesa povećava produktivnost i ubrzava obavljanje svakodnevnih zadataka. Zaposlenici imaju više vremena za obavljanje bitnih zadataka, dok repetitivne i manje bitne poslove umjesto njih obavlja sustav. Zadovoljstvo i produktivnost zaposlenika raste, što dovodi do ugodnije radne atmosfere i uspješnijih rezultata. (Skyward, 2023.)

4. Bolja suradnja zaposlenika različitih odjela

Nepovezanost odjela često stvara poslovne probleme. Ključ uspjeha je raditi kao jedinstveni tim, stoga je bitno da korisnici međusobno surađuju i dijele podatke. Korištenjem sustava za upravljanje korisnicima, komunikacija između odjela i timova postaje transparentnija, a odluke koje donose zaposlenici i menadžment potkrijepljene su ažuriranim i stvarnim podacima

5. Povećanje zadovoljstva klijenata

Sustavi za upravljanje korisnicima analiziraju želju i potrebu svakog korisnika, što rezultira rastom zadovoljstva i odanosti. Korisnici su skloni ponoviti kupnju i nastaviti suradnju s poduzećem. Kontakt između korisnika i agenta je brz i ugodan, jer agenti imaju pohranjenu povijest zapisa o svakom klijentu. (Artry, 2024.)

Nedostatci i izazovi implementacije navedenih sustava su:

1. Trošak

Uz implementaciju sustava, možda je potrebno i nabaviti novu tehnološku opremu u cijelom poduzeću, što značajno podiže troškove. Postoje mnogi indirektni troškovi koje poduzeća ne uzimaju u obzir tijekom implementacije. Prije implementacije sustava za upravljanje korisnicima ključno je analizirati financijsko stanje poduzeća te poslovne i financijske rezultate. Važno je usporediti obje strane kako bi se donio zaključak o isplativosti.

2. Dugotrajna implementacija

Implementacije se odvija u više faza. Prva faza uključuje osmišljavanje strategije i ciljeve projekta te modeliranje trenutnog stanja takozvani "AS-IS model". Problem implementacije nastaje kada poduzeća ne prepoznaju svoje poslovne procese pa je model trenutnog stanja jako loš i nije dobra podloga za daljnju implementaciju. Nakon modeliranja, poduzeće mora odabrati odgovarajući sustav i tvrtku specijaliziranu za implementaciju. Tijekom implementacijske faze potrebna je obostrana suradnja i kvalitetna komunikacija kako bi rezultati implementacije bili što uspješniji. Kao završni dio obavlja se testiranje i po potrebi nadogradnja. Taj proces može potrajati od par mjeseci do nekoliko godina. (Sherrer, 2024.)

3. Problemi komunikacije

Na potražnoj strani se nalaze poduzeća ili organizacije koje zahtijevaju implementaciju sustava za upravljanje klijentima. Na njihove natječaje se javljaju tvrtke koje posjeduju tim konzultanata i programera koji posjeduju znanje potrebno za implementaciju. Nakon što potražna strana odabere najbolju ponudu, slijedi suradnja između dva tima. Tijekom svake faze procesa analize i implementacije bitno je pravilno komunicirati. Poduzeće na potražnoj strani mora detaljno poznavati svoje poslovne procese, odnosno znati ih opisati i modelirati implementacijskom timu.

4. Otpor zaposlenika

Sustavi za upravljanje korisnicima namijenjeni su svakodnevnoj upotrebi. Međutim, tijekom implementacije novog sustava korisnici često daju otpor zbog poteškoća u prilagodbi. Neadekvatna upotreba sustava može značajno narušiti kvalitetu podataka. Otpor zaposlenika je signal da se održe dodatne radionice ili daju bonusi kako bi se ohrabrilo korisnike. Promjene su često nepoželjne, no nužne su za unapređenje poslovanja. Raznim treninzima i radionicama za

korisnike može se učinkovito osposobiti i motivirati za prihvaćanje novog sustava i promjena koje on donosi.

5. Nekvalitetni podaci

Podaci su jedna od najbitnijih stavki jer su u sustavu pohranjeni podaci o svakom korisniku. Iz podataka se dobivaju informacije koje se koriste za donošenje poslovnih odluka i analizu poslovanja. Nepravilnom manipulacijom podacima može se dobiti kriva informacija što rezultira nezadovoljstvom klijenta i narušavanjem suradnje. Nekvalitetni podaci mogu biti posljedica nepovezanosti zbog neodgovarajućih ključeva, zatim neki podaci mogu nedostajati ili biti neispravno napisani. Ubacivanje povijesnih podataka koji se nalaze u tablicama, koje čine i potrebni i nepotrebni podaci, stvaraju probleme za budućeg korisnika. (Kumar i Reinartz, 2006.)

2.4. Povijest i osnivanje Salesforce platforme

Salesforce je tvrtka osnovana 1999. godine, a poznata je po istoimenom sustavu za upravljanje klijentima. Mark Benioff, skupa sa svoja tri suradnika, u San Franciscu je pokrenuo i osnovao poduzeće Salesforce. Prije nego je krenuo u poduzetničke vode M. Benioff je stekao radno iskustvo obavljajući praksu u poduzeću Apple, a zatim se zaposlio u poduzeću Oracle gdje je stekao mnoga poznanstva i brzo napredovao do visokih pozicija. Ideja o Salesforce-u mu je došla u snu te je ubrzo formirao tim stručnjaka s kojima je unutar mjesec dana stvorio prototip aplikacije. Vizija mu je bila stvoriti softver koji je jednostavan za korištenje i koji će korisnicima biti dostupan 24 sata dnevno. Softver kao usluga (engleski „Software as a Service“ ,odnosno „SaaS“) omogućuje korisnicima pristup preko internet pretraživača, a sustav se automatski ažurira i održava. S vremenom su M. Benioff i njegov tim pokrenuli takozvanu anti softversku revoluciju jer standardne softverske aplikacije iscrpljuju puno novca za implementaciju i održavanje. Njihov proizvod se nalazio u oblaku i nije bilo potrebe za preuzimanjem, već mu se moglo pristupiti preko internet pretraživača. Nedostatak kapitala i klijenata bio je temeljni problem na početku ovog poduzetničkog pothvata. Većina temeljnog kapitala prikupljena je iz privatnih izvora jer su tvrtke rizičnog kapitala bile sumnjičave prema ideji Salesforce-a te su podcijenile potencijal kojeg posjeduje i odbile su im dati traženu količinu novca. Zatim, važno je razumjeti da krajem 20. stoljeća pojmovi poput računalstva u oblaku ili softver kao usluga nisu bili poznati te su ljudi bili sumnjičavi o efikasnosti i sigurnosti

ovakvih rješenja. Formiranje platforme na temelju tehnologija računalstva u oblaku je pomogla Salesforce-u da bude stalno dostupan velikom broju korisnika s bilo kojeg uređaja koji imaju internetski pretraživač. S porastom popularnosti Salesforce-a i povećanjem broja korisnika rasla je potreba za novim radnicima i novim aplikacijama. S vremenom je jednostavna Salesforce aplikacija postala Salesforce platforma u kojoj su obuhvaćene mnoge aplikacije. Tehnologija je osnovana na niskoj razini koda te je stvoren novi programski jezik nazvan „Apex“. Salesforce je 2004. godine izašao u javnost te je bio upisan na burzi vrijednosnica u New Yorku, u jedan dan im je vrijednost porasla za 12 milijuna dolara. Danas je Salesforce vodeće rješenje za upravljanje klijentima i uspješno posluje preko dva desetljeća te je drugim programerima i poduzetnicima izvor inspiracije, dok je korisnicima bitan alat za rješavanje i praćenje svakodnevnih poslova. (Benioff, 2009.)

2.5. Salesforce platforma za upravljanje klijentima

Salesforce je vodeća platforma za upravljanje klijentima koja u svojem vlasništvu ima velik broj proizvoda koji su dio Salesforce platforme. Proizvodi Salesforce-a pokrivaju razna područja, stvarajući poveznice između odjela kao što su prodaja i marketing. Podaci su transparentni, što olakšava komunikaciju i suradnju među odjelima. Salesforce za dostavu svojih proizvoda koristi tehnologiju u oblaku čime je riješen problem pristupa i održavanja sustava za korisnika. (JavatPoint) Prednost tehnologije u oblaku je pristupačnost velikom broju ljudi u isto vrijeme, bez potrebe za instalacijom softvera. Korisnici mu mogu pristupiti putem vlastitog internetskog pretraživača. Salesforce okruženje omogućuje potpuni uvid u potrebe i želje klijenta praćenjem njihovog životnog ciklusa. Kako bi kvaliteta podatak bila veća korištena je umjetna inteligencija kako bi se dobili što kvalitetniji zaključci provedenih analiza. Najpoznatiji Salesforce paketi su: Sales Cloud, Service Cloud, Marketing Cloud, Community Cloud, Commerce Cloud, Analytical Cloud i Experience Cloud. (Cyntexa, 2023.)

2.5.1. Sales Cloud

Salesforce Sales Cloud ispunjava sve potrebe prodajnog tima unutar svakog poduzeća. Omogućuje analiziranje svih potreba klijenata i poboljšava suradnju sa svakim pojedincem. Prodajnom timu daje alate kako bi bili produktivniji i ostvarili najveću korist u svakom dijelu prodajnog procesa. Sales Cloud olakšava praćenje potencijalnih klijenata, ubrzava proces konverzije i njegovanja odnosa s klijentima. (Gilbert, 2024.) Poduzeća brže pronalaze nove poslovne prilike i kontakte te prate prodajne prilike tijekom svakog stadija, od kvalifikacije do zatvaranja. Izvještaji daju objektivu osnovu za donošenje poslovnih odluka i postavljanje realističnih ciljeva. Podaci o svakom klijentu pohranjuju se kako bi se osmislila strategija osvajanja i zadržavanja klijenta, čime se postiže obostrana korist. Koriste se putanje i predviđanja koje integriraju logiku poslovnih i prodajnih procesa. Sve to rezultira poboljšanjem poslovanja i povećanjem prihoda. Salesforce Sales Cloud je rješenje skrojeno za poduzeća čija je jedna od djelatnosti prodaja te koja su orijentirana na B2B (poduzeće k poduzeću) ili B2C (poduzeće ka klijentu) tip poslovanja, a olakšava im upravljanje poslovnim procesima i prodajnim timovima. (Garton, 2023.)

2.5.2. Service Cloud

Salesforce Service Cloud je stvoren kako bi poduzeća svojim klijentima omogućila što kvalitetniju korisničku podršku i uslugu. Integrira alate koji olakšavaju praćenje i dodjelu zadataka članovima tima, komunikaciju s klijentima i upravljanje svakodnevnim poslovanjem. Korisnici Salesforce Service Cloud sustava su u ulozi korisničkih agenata. Sustav se fokusira na održavanje kvalitetne komunikacije između agenta i korisnika preko više kanala te stvaranje zadataka i slučajeva. Agenti mogu brzo pristupiti svim podacima o klijentu i brzo odgovoriti na upite, a komunikacija je transparentna i pojednostavljena. “Omni-Channel” je funkcionalnost u Salesforceu koja omogućuje povezivanje agenta i klijenta na raznim komunikacijskim kanalima poput telefonskih poziva, poruka e-pošte i društvenih mreža. (Garton, 2021.) Koristeći Service Cloud moguće je izravno integrirati Outlook ili društvene mreže za komunikaciju, poput Messengera ili WhatsApp-a, tako se sve pristigle poruke preusmjeravaju u Salesforce. Korisnik s raznih komunikacijskih kanala može poslati poruku ili upit koji je u sustavu zabilježen kao novi slučaj. Alat “Web-to-Case” povezuje sustav sa službenim web-

mjestom. Nakon što korisnik ispuni i preda obrazac koji se nalazi na web-mjestu, u sustavu se automatski stvara novi slučaj koji je dodijeljen agentu ili odgovarajućem redu čekanja. Slučajevi se, zbog brzine rješavanja, dodjeljuju više agenata koji su grupirani u red čekanja. Kako bi se dodatno osiguralo da agenti izvrše svoje zadatke u zadanom vremenu, stvaraju se prilagođeni kalendari i semafori koji ih upozoravaju kada su blizu krajnjeg roka zadatka. Ovi alati pomažu agentima da ostanu organizirani i usredotočeni na svoje zadatke. Ovaj paket također nudi analitičke alate kojima se prati rad, uspjeh ili propust svakog agenta. Time se osigurava da agenti izvršavaju svoje zadatke u zadanom vremenu. Service Cloud je poznat po tome da podupire različite kanale i integrira razne aplikacije kojima se može pristupiti s jednog ekrana, zatim da slučajeve i zadatke dodijeli u ispravne ruke te da prati sve što se događa i isporučuje informacije za mogući napredak. (Chaudhary,2023.)

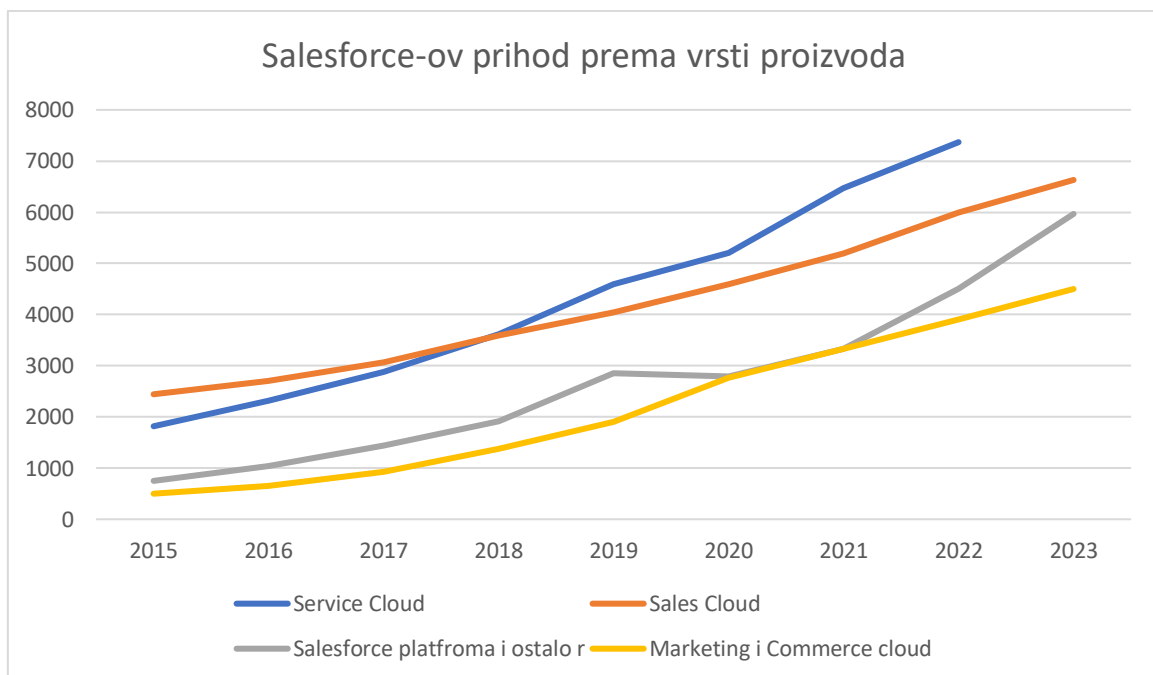
2.5.3. Marketing Cloud

Salesforce Marketing Cloud je platforma za rješavanje svih marketinških potreba i zahtjeva organizacije. U današnjem zasićenom tržištu, vrlo je bitno doprijeti do kupca u pravom trenutku s pravom porukom i ponudom. Stvaraju se različite kampanje koje ciljaju određene profile kupaca i ubrzavaju proces konverzije od potencijalnog do odanog klijenta. Marketing Cloud integrira brojne alate kao što je “Journey Builder”, “Content Builder”, “Contact Builder”, “Mobile Studio” i mnogih drugih, koji služe za bolje razumijevanje i pristupanje kupcu. (RingCentral, 2021.) Jedan od ključnih pojmova je “Customer Journey”, odnosno definiranje cijelog puta kojeg kupac prolazi od prvog kontakta pa tijekom cijele suradnje s organizacijom. Planiranje interakcija u svakom dijelu tog odnosa važno je za postizanje što uspješnijeg i dugotrajnijeg odnosa s kupcem. Stvaraju se sadržaji koji se klijentima dostavljaju različitim kanalima poput e-pošte, društvenih mreža ili nekih drugih, s ciljem privlačenja kupaca i pokretanja njihovog puta. Marketing Cloud upravlja svim marketinškim aktivnostima koje jedno poduzeće treba, automatizira marketinške aktivnosti, analizira interakciju kako bi poduzeće privuklo više odanih korisnika i povećalo svoju zaradu. (Simplilearn, 2024.)

2.5.4. Salesforce prihod prema vrsti proizvoda

Salesforce je vodeći sustav za upravljanje klijentima na tržištu u svijetu te drži preko 22 posto tržišnog udjela. Korisnici Salesforce sustava pripadaju raznim djelatnostima, a polovicu udjela čine klijenti profesionalnih usluga, djelatnosti proizvodnje i prodaje te financijskog sektora. Poduzeća raznih djelatnost stječu korist od implementacije, kao i razne profitne ili neprofitne udruge. S obzirom da stalno unapređuje svoje proizvode i prilagođava ponudu ovisno o tržištu, Salesforce već dugi niz godina ostvaruje profit i održava svoju tržišnu poziciju. Paketi koje su u 2023. godini donijele najviše prihoda su Service Cloud (7,4 milijardi američkih dolara), zatim Sales Cloud (6,8 milijardi), Salesforce platforma i ostalo (5,6 milijardi), Marketing i Commerce Cloud (4,5 milijardi) i Data Cloud (4,5 milijardi). U 2023. godini ukupni prihod iznosio je 31.35 milijardi američkih dolara, što je porast od 83 posto u odnosu na prihod 2020. godine koji je iznosio 17.1 milijardu. (123Form Builder, 2023.)

Slika 1 Prihodi prema vrsti proizvoda



Izvor: izrada autora prema 123Form Builder (2023.)

3. ANALIZA STUDIJA SLUČAJA IMPLEMENTACIJE SALESFORCE PLATFORME U NEPROFITNOJ ORGANIZACIJI

3.1. Nefitni sektor te njihova korist od Salesforce rješenja

3.1.1. Definicija i osnivanje neprofitnih udruga

Prema Zakonu o udrugama, udruga je definirana kao svaka vrsta slobodnog i dobrovoljnog udruživanja više fizičkih ili pravnih osoba. Članovi nastoje postići ciljeve udruge koji mogu biti humanitarnog, socijalnog, kulturnog, znanstvenog, zdravstvenog, informatičkog ili nekog drugog područja koje je u skladu sa Ustavom i zakonima. Tijekom svojeg postojanja udruga ne smije stjecati financijsku dobit ili drugu gospodarsku korist. (Zakon o udrugama, članak 4.) Rad udruge je neprofitan te svaka udruga samostalno i neovisno određuje svoje ciljeve, svrhu i područje djelovanja. Udrugu mogu osnovati najmanje tri člana, a upisom u Registar dobiva pravnu osobnost. Svaka udruga je vođena prema demokratskim načelima, pri čemu članovi aktivno sudjeluju u upravljanju, a njihove želje i potrebe se uzimaju u obzir tijekom odlučivanja. Svaka udruga ima Statut koji sadrži najbitnije stavke svake udruge. Statut donosi Skupština koja je ujedno i na vrhu hijerarhije svake udruge. (Zakon o udrugama, članak 13.) Udruga provodi svoju djelatnost s naglaskom na neostvarivanju profita, ali tijekom obavljanja svojih aktivnosti može steći prihod koji se koriste za daljnje ostvarivanje ciljeva. Novčana sredstva udruge čine prikupljene uplaćene članarinama, dobrovoljni prilozi i darovi. (Zakon o udrugama, članak 30.)

3.1.2. Upravljanje neprofitnom udrugom

Neprofitne udruge su klasificirane po različitim kriterijima poput veličine i ciljeva. Prema području rada postoje: kulturne, obrazovne, religijske, političke, zdravstvene i slične organizacije. Danas je u neprofitnim udrugama potrebno stručno vodstvo te je nužna uloga menadžera. Funkcija menadžera je identična u neprofitnom i profitnom sektoru: odrediti strategiju, odabrati uloge članova organizacije, voditi i motivirati zaposlenike, postavljati ciljeve i pratiti rezultate. Menadžment neprofitnih udruga je orijentiran društvenim ciljevima, prikupljanju donacija i osmišljavanju načina za prikupljanje financijskih sredstava, pribavljanje

volontera i postizanje bolje koristi za članove. Četiri osnovna elementa važna za djelovanje neprofitnih udruga, koji su potrebni da bi se ostvarili željeni rezultati, su: plan, marketing, ljudi i novac. Za neprofitne udruge je ključno da održavaju dobre odnose s članovima i pravilno komuniciraju s ljudima kojima žele pomoći. (Marić I., 2018.)

3.1.3. Razlika profitnog i neprofitnog sektora

Pretpostavljeno je da su sustavi za upravljanje klijentima namijenjeni isključivo tvrtkama kojima je primarni cilj ostvariti novčani profit. Korist implementacije sustava za upravljanje klijentima imaju i organizacije u neprofitnom sektoru kojima je cilj ostvarenje društvenog dobra. Organizacije u profitnom i neprofitnom sektoru orijentirane su ljudima, ali s različitom svrhom. Profitnom sektoru ljudi služe za ostvarenje financijski ciljeva, tu su uključeni zaposlenici, dioničari i klijenti odnosno kupci. Zaposlenici služe kao alat za postizanje organizacijskih ciljeva, dok su klijenti najbitniji izvor financijske dobiti. Za razliku od njih neprofitni sektor naglašava društvene ciljeve koji donose poboljšanje za zajednicu, a novac je sredstvo postizanja svrhe i misije neprofitnog karaktera. One služe javnosti i fokusirane su na rješavanje ekonomskih i socijalnih problema. Fokusirane su na promicanje društvenih vrijednosti i rješavanje problema u društvu za koje profitni sektor nema interesa.

3.1.4. Članovi neprofitne udruge

Temelj svake neprofitne udruge su volonteri. Volonteri su uključeni u rad organizacije i svoje slobodno vrijeme ulažu kako bi se ostvarili neprofitni ciljevi. Volonteri nisu motivirani novcem, već izazovima ili unutarnjom željom za stvaranjem boljih uvjeta za društvo. Za svaku udruhu je nužno privući volontere te ih motivirati da ostanu u organizaciji. (Marić I., 2018.) Organizacije trebaju biti kreativne i efikasne u privlačenju volontera i donacija. Razni ekonomski, tehnološki i društveni trendovi utječu na rad neprofitnih organizacija. Kako bi osigurale svoj opstanak u budućnosti, potrebne su inovacije kojima će se prilagoditi na promjenjive vanjske i unutarnje utjecaje. Marketing je bitan za svaku udruhu kako bi se izgradio njezin imidž i podsjetilo društvo na njeno postojanje i svrhu organizacije. Marketinške aktivnosti uključuju prikupljanje sredstava, angažiranost na društvenim mrežama i organizaciju

događaja. Tijekom obavljanja aktivnosti se stvaraju razni podaci koji služe kao podloga za buduće strateške odluke. (T. Lewis, 2017)

3.1.5. Sustavi za upravljanje klijentima u neprofitnom sektoru

Korištenje sustava za upravljanje klijentima olakšava obavljanje zadataka u neprofitnom sektoru, oni uključuju aplikacije i tehnologije koje organizacijama olakšavaju komunikaciju sa zajednicom, praćenje donacija i događaja te obavljanje svakodnevnih zadataka.

U udrugama sudjeluju brojni članovi, to mogu biti pravne ili fizičke osobe koje su zainteresirane za rad udruge te ju podupiru u ostvarivanju ciljeva. Tijekom rada udruge stvaraju se brojni podaci kojima je potrebno rukovati na pravilan način. Sustavi za upravljanje korisnicima omogućuju praćenje podataka o svim entitetima i pohranjuje sve podatke koji su proizašli iz zajedničke interakcije poput doniranja, volontiranja ili sudjelovanja.

Svi podaci su centralizirani te je s jednog mjesta moguće pronaći iznose donacija, imena sudionika, detalje o događajima i radionicama. Izvještaji vizualiziraju i prikazuju vrijednost informacija u nekom vremenskom periodu. U sustavu je moguće pohraniti bilješke i dokumente, pratiti komunikaciju s klijentima koji mogu biti partneri, članovi ili bilo tko s kime je suradnja ostvarena. (Civimobile, 2023.)

Svakom članu može biti dodijeljen različiti profil s različitim dopuštenjima unutar sustava. Privatnost svakog zapisa je ograničena pomoću profila, uloga i dopuštenja. Članovi mogu međusobno komunicirati unutar sustava te si dodjeljivati zadatke i pisati komentare. Praćenjem prošlih interakcija i planiranjem budućih gradi se bolji odnos s članovima.

3.2. Opis neprofitne udruge Svijet mladih

Svijet mladih je neprofitna, neovisna i nepolitička organizacija osnovana sa svrhom povezivanja i educiranja mladih ljudi. Skraćeni naziv udruge glasi „SM“ dok je naziv na engleskom jeziku „World of the Youth“. Udruga djeluje u Republici Hrvatskoj te je hrvatski jezik službeni jezik organizacije. Sjedište udruge je u Zagrebu gdje ju je osnovalo šest mladih i ambicioznih članova. Vizija je stvoriti zajednicu mladih ljudi koji će si međusobno pomagati

ispuniti osobne i poslovne ciljeve. Misija je omogućiti mladima prikupljanje novih vještina u prijateljskoj okolini u kojoj imaju priliku iskazati svoje mišljenje i interese.

Slika 2 Službeni logo organizacije Svijet mladih



Izvor: izrada autora

Cilj udruge je potaknuti društveno povezivanje mladih u Republici Hrvatskoj, educirati ih o kulturi i zdravlju, promicati pristup obrazovanju i mnogim društvenim procesima, poticati aktivno sudjelovanje i pomaganje unutar zajednice kako bi se smanjila nejednakost i povećala solidarnost.

Udruga djeluje na području obrazovanja, kulture i rekreacije. Pruža brojne obrazovne i volonterske prilike te pomaže mladima ostvariti puni potencijal kroz razne radionice, predavanja i tečajeve. Mladi ljudi imaju priliku pokazati i unaprijediti svoje talente, a sudjelovanjem na radionicama stječu nove vještine unutar timskog okruženja. Tijekom par godina postojanja udruge organizirane su razne radionice i događaji koje su privukle brojne članove.

Entiteti unutar udruge su Skupština i Nacionalni izvršni odbor koji se sastoji od predsjednika, glavnog tajnika, blagajnika i tri dopredsjednika. Skupština je najviše tijelo i ona donosi Statut što je temeljni opći akt udruge. (Zakon o udrugama, članak 16.) Nacionalni izvršni odbor glavno je izvršno tijelo udruge koje zagovara ciljeve udruge i provodi odluke Skupštine.

Članstvo u udruzi je dobrovoljno te traje jednu godinu nakon čega ga je potrebno obnoviti. Članovi su dužni sudjelovati u aktivnostima i radionicama, izvršavati sve obveze vezane za izgradnju bolje zajednice. Članovi mogu biti sudionici ili partneri, te mogu sudjelovati na

radionicama kao volonteri, predavači, voditelji ili standardni sudionici. Udruga broji više od 50 aktivnih članova koji sudjeluju na brojnim radionicama.

3.3. Analiza modela i korisničkih zahtjeva organizacije

Cilj implementacije je olakšati rad članovima udruge, poboljšati organizaciju i način upravljanja udrugom te privući veći broj sudionika. Rezultati implementacije su aplikacija i funkcionalni korisnički portal koji će korisnicima poput volontera ili predavača omogućiti registraciju, pregledavanje podataka udruge, kontaktiranje i prijavljivanje na radionice. Svi podaci s korisničkog portala se moraju slati i pohraniti unutar aplikacije za administratore. Pristup Salesforce aplikaciji trebaju imati predsjednik, potpredsjednici, blagajnik i glavni tajnik.

Organizacija Svijet mladih nema službene poslovne procese, ali imaju jasno definirane poslovne zahtjeve koje budući sustav mora ispunjavati. Organizacija trenutno nema informatički sustav već koristi brojne aplikacije koje poslovanje čine kompleksnim. Svi potrebni podaci su pohranjeni u tablicama koje nisu međusobno povezane. Tablice nisu pročišćene i ne prikazuju najbitnije informacije, pogotovo korisne vizualne prikaze koji prikazuju ažurirane poslovne podatke. Cilj implementacije je olakšati i ubrzati komunikaciju sa svim sudionicima i pohraniti sve njihove podatke.

Problem je i komunikacija s članovima i partnerima. Poruke su pohranjene unutar raznih kanala komunikacije poput e-pošte. Podaci se često slučajno brišu i ne dijele s drugim članovima tima, zatim ne postoje bilješke o povijesnom tijeku komunikacije. Članovima problem uzrokuje necentraliziranost i nepovezanost poruka zbog čega vrijeme troše na traženje potrebnih podataka. Osoba koja je poslala poruku je nepoznata unatoč što je prethodno sudjelovala na radionicama, a razlog je nepostojanje baze kontakta. Sve podatke je potrebno pohraniti na jednom mjestu gdje će im se brzo moći pristupiti i po potrebi promijeniti. Svaku osobu je potrebno pohraniti kao pojedinca, skupa s pripadajućim informacijama i prošlim i budućim aktivnostima koje su ostvarene.

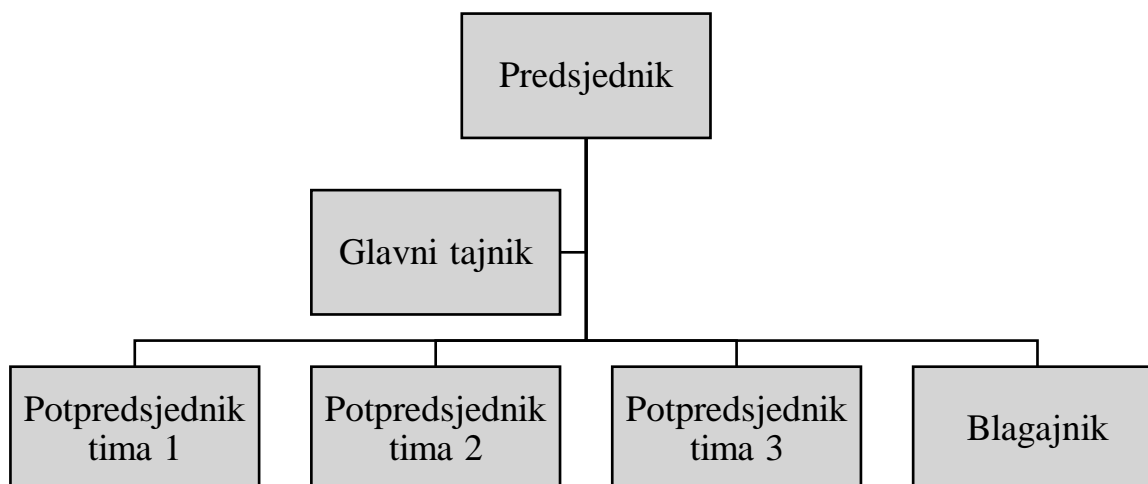
Nakon svake prikupljene donacije se organizaciji ili poduzeću koje ju je poslalo šalje poruka zahvale. Poruku zahvale je potrebno poslati unutar par sati od primitka donacije, taj postupak je potrebno automatizirati kako ne bi došlo do kašnjenja. Poruka zahvale treba sadržavati službeni logo udruge i poruku.

Svaki korisnik ako se želi prijaviti na radionicu treba poslati poruku kako bi bio zabilježen u bazi sudionika. Taj proces je potrebno obaviti putem korisničkog portala na kojem bi se svaki sudionik registrirao i podaci bi se automatski slali u pozadinski dio sustava ovisno s kojim su poljima su povezani. Administratorima bi svi podaci o sudionicima bili vidljivi u listi koju mogu filtrirati i naposljetku bili korišteni za stvaranje izvješća ili grafičkih prikaza. Administrator bi ažurirao podatke o projektima i pripadajućim radionicama koje bi zatim bile prikazane na portalu. Registrirani korisnik bi popunio i predao obrazac za sudjelovanje na radionicama. Obrazac bi automatski ažurirao podatke o prijavama i jasno prikazao na portalu koja je prijava pristigla i s kim je povezana. To bi osiguralo transparentnost podataka i olakšalo proces prijave na radionicu.

Administratori trebaju imati pristup svim podacima o sudionicima, prijavama i donacijama. Potrebno je dopuštenje za uređivanje i prebacivanje podataka koji dolaze s portala. Šest članova Svijeta mladih su odgovorni za održavanje sustava, pregledavanje i uređivanje podataka. Ostali korisnici su sudionici koji mogu sudjelovati na radionicama i imaju pristup jedino korisničkom portalu. Članovi se razlikuju po odgovornostima i poziciji unutar organizacije stoga je tijekom implementacije potrebno stvoriti različite profile i uloge. S obzirom na hijerarhijsku podjelu, potrebno je dodijeliti uloge tako predsjednik vidi sve zapise koje su stvorili članovi ispod njegove hijerarhijske razine, a potpredsjednici vide svoje zapise i zapise ostalih potpredsjednika.

Važno je za svakog člana uvesti osobni kalendar sa svim isplaniranim zadacima i događajima koji će imati podsjetnik ovisno o datumu događaja. Korisnici moraju samostalno stvarati događaje i povezati ih za kontakte ili druge objekte kako bi imali ispunjen kalendar u skladu s vlastiti rasporedom.

Slika 3 Hijerarhijska podjela unutar organizacije Svijet mladih



Izvor: izrada autora

Aplikacija treba pohraniti podatke o svim sudionicima, njihovim prijavama i aktivnostima, partnerima i donacijama, povijest interakcija i zapisa, događaje i prijave, podatke o volontiranju i članarinama.

Salesforce rješenje se sastoji od pozadinskog dijela u kojem su pohranjeni svi objekti i podaci, dok dio Salesforce korisničkog sučelja omogućuje vanjskim korisnicima pristup podacima. Pristup na pozadinski dio Salesforce sustava trebaju imati samo predsjednik, blagajnik, glavni tajnik i dopredsjednici. Njihove mogućnosti unutar aplikacije moraju uključiti:

- Pregledavanje i uređivanje podataka o svim sudionicima
- Stvaranje radionica
- Dodjeljivanje zadataka
- Prihvatanje prijave
- Slanje e-pošte
- Pregledavanje izvještaja

Sustav bih trebao biti preveden na hrvatski književni jezik.

Svaki sudionik se može samostalno prijaviti i registrirati na korisničkom portalu te će prijava biti pohranjena unutar aplikacije. Implementacije će olakšati proces registracije, odnosno pridruživanja udruzi za sve nove sudionike. Korisnici će se moći brže prijaviti na događaje, platiti članarine i poslati upite. Također, svi članovi Nadzornog odbora imat će uvid u dio namijenjen administratorima gdje će vidjeti sve podatke o prijavama, donacijama i pratiti podatke o sudionicima.

U portal za vanjske korisnike su uključeni glavna stranica, stranica s događajima i stranica o organizaciji te stranica za registraciju ili prijavu.

Neregistrirani korisnici trebaju na portalu pronaći jasne i osnovne podatke o organizaciji poput kontakt broja, misije, vizije i sličnih podataka koji karakteriziraju udruhu, također trebaju dobiti informacije o registraciji u sustav. Registrirani korisnici imaju više mogućnosti, mogu pregledavati i prijaviti se na radionice te urediti svoje osobne podatke na profilu.

Podaci se moraju stalno ažurirati i pratiti kroz izvještaje ili kroz grafičke prikaze. Potreban je izvještaj o donacijama i pripadajućim donorima, zatim kontaktima i njihovim prijavama te projektima. Svaki izvještaj treba filtrirati po zadanim uvjetima i redoslijedu.

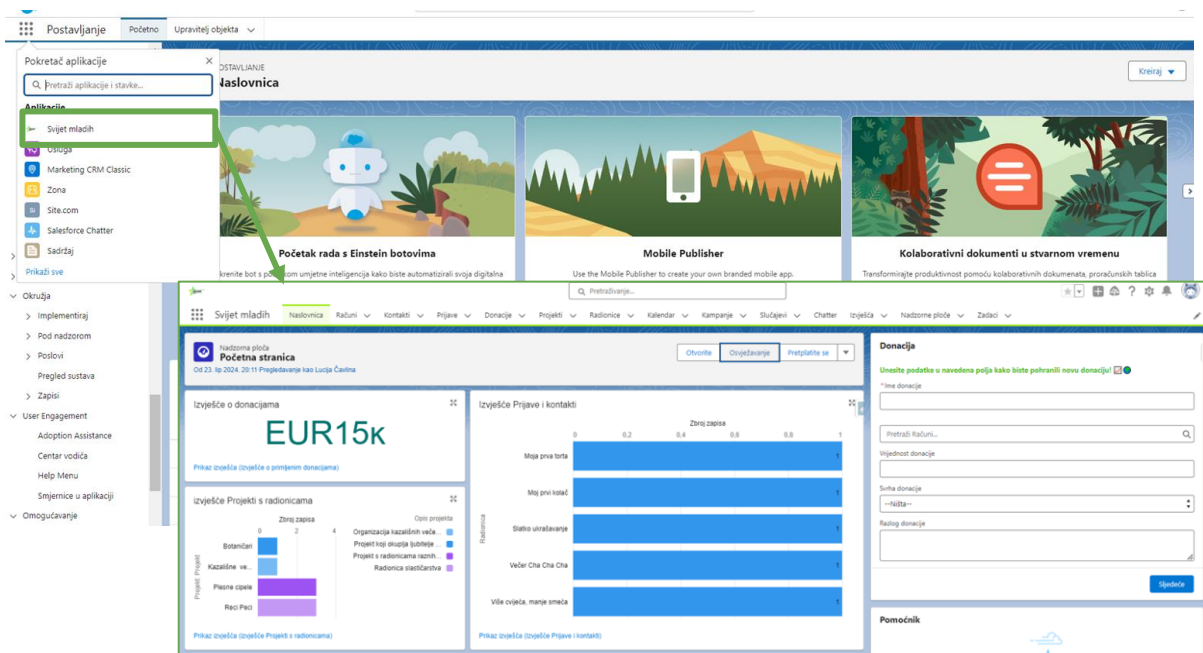
4. DIZAJN RJEŠENJA STUDIJE SLUČAJA

4.1. Salesforce terminologija i sučelje

Salesforce je softver kao usluga zbog čega je riješeno pitanje sigurnosti, ažuriranja i održavanja sustava, a zahvaljujući tehnologiji računalstva u oblaku podaci se automatski pohranjuju. Salesforce platforma je podijeljena u dva glavna dijela poznata kao Aplikacija i Postavke (engleski naziv „Setup“). Administratori koji stvaraju i održavaju sustav rade u postavkama kako bi stvorili i prilagodili aplikaciju za klijente odnosno korisnike. Postavke integriraju brojne alate za prilagodbu platforme poput modeliranje novih objekata i pripadajućih polja, kreiranje tijekova za automatizaciju, dodavanje prijevoda. Također, administrativne alate za stvaranje novih korisnika, pripadajućih profila i uloga, definiranje pravila za podatke i integracija s drugim aplikacijama poput Outlook i Gmail.

S druge strane, Salesforce aplikacija je gotovo rješenje potpuno prilagođeno korisnikovim zahtjevima. Salesforce nudi unaprijed definirane aplikacije poput Sales ili Service aplikacije koje su prilagođene korisnicima prodajnih ili uslužnih djelatnost. Ove aplikacije je po potrebi moguće nadograditi i unaprijediti kako bi ispunile sve potrebe klijenta. Elementi trebaju zadovoljavati potrebe poslovnih procesa poduzeća i zahtjeva korisnika. Temelj aplikacije su objekti u kojima se pohranjuju zapisi. Svaki objekt ima vlastiti obrazac sastavljen od prilagođenih i standardnih polja koje korisnik ispunjava i trajno pohranjuje zapis. Podaci zapisa služe za stvaranje izvještaja i nadzornih ploča kojima se dobiva ažuriran uvid u povijesne i trenutne podatke.

Slika 4 Prikaz Postavka i Aplikacije Salesforce-a



Izvor: izrada autora unutar testnog okruženja Salesforce-a

4.2. Experience Cloud

Salesforce Experience Cloud je platforma unutar Salesforcea koja omogućuje stvaranje jedinstvenih interaktivnih korisničkih portala i prilagođenih web-stranica. Na početku je bio samo alat za komunikaciju unutar Salesforce-a poznat kao "Chatter", no u međuvremenu je rasla potreba za boljim rješenjem kojeg poduzeća mogu koristiti i za komunikaciju s vanjskim korisnicima. Experience Cloud integrira sve poslovne procese i podatke na jednom mjestu te olakšava komunikaciju svih članova poslovanja i dijeljenje podataka s vanjskim suradnicima i klijentima preko vlastitog portala. (CloudFiles)

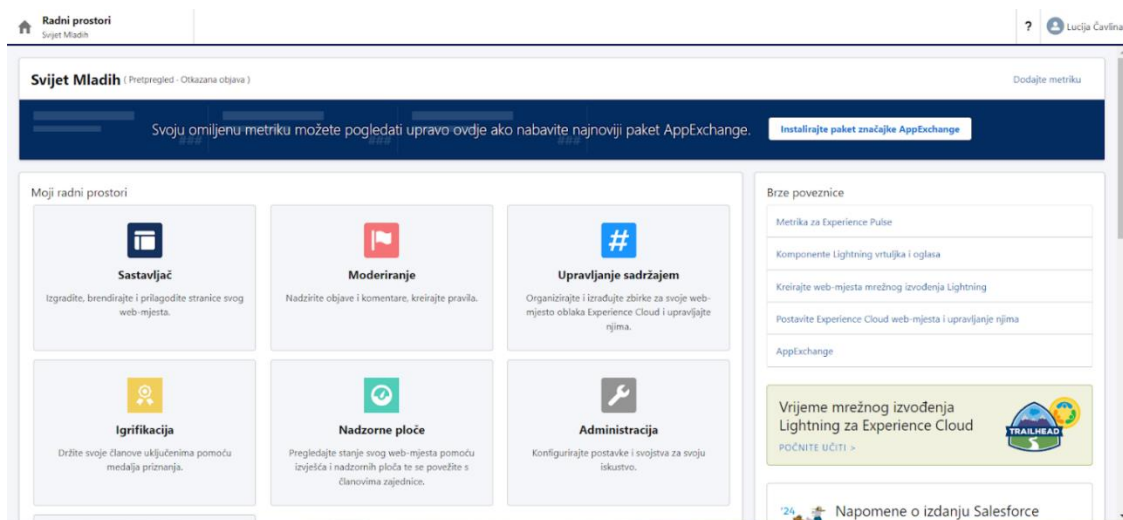
Prije nego se portal stvori potrebno je odrediti i stvoriti Zajednicu, odnosno odrediti kome će stranica biti namijenjena te tko joj može pristupiti. Postoje tri glavne zajednice:

1. **Zajednica klijenata** - stranica za interakciju s klijentima, sadrži interaktivne komponente i sve potrebne informacije za klijente
2. **Zajednica partnera** - stranica koja sadrži poslovne informacije namijenjene partnerima, omogućuje obavljanje komunikacije i radnji
3. **Zajednica za interne korisnike** - stranica gdje zaposlenici međusobno dijele podatke

Stranica je moguće stvoriti za razne vrste i veličine poslovanja. Postoje gotovi i funkcionalni predlošci koje je moguće dodatno prilagoditi za potrebe poslovanja i stvaranja web mjesta. Moguće je imati više stranica koje obavljaju različite svrhe, kao što su suradnja s partnerima, obavještavanje zaposlenika ili za interakciju s klijentima. Na stranice se slažu komponente koje mogu biti standardne, za čije stvaranje nije korišten dodatni kod, ili prilagođene, za čije stvaranje je korišten kod.

Korištenjem Experience Cloud paketa stvaraju se digitalna iskustva za korisnike i partnere iz vanjskog okruženja te zaposlenike iz unutarnjeg okruženja, omogućujući naprednije digitalno iskustvo za tvrtke i njihove klijente. Podaci se generiraju i stvaraju unutar Salesforce okruženja, a zatim se povezuju i prezentiraju na stranicama Experience Cloud-a. Salesforce organizacija je smještena u pozadini i služi kao središnje mjesto za sve procese, uključujući kreiranje korisnika i zapisa koji su integrirani s Experience Cloud stranicama koje su prednji dio cijelog sustava. Stranice napravljene u Experience Cloudu služe kao vrata u Salesforce-ovo okruženje jer su povezane s drugim paketima od kojih preuzima podatke poput Sales Cloud i Service Cloud paketa. Svi zapisi koji su pohranjeni u primarnom Salesforce sustavu korišteni su na Experience Cloud stranicama. Stranice su prilagođene korisnikovim željama jer se uz pomoć dodatnog kodiranja mogu doraditi i unaprijediti već postojeći predlošci i komponente. Za osnovne zahtjeve korištene su gotove komponente i funkcionalna rješenja. (Trailhead, 2023.)

Slika 5 Prikaz sučelja Experience Cloud-a



Izvor: izrada autora unutar Experience Cloud-a

4.3. Stvaranje Salesforce aplikacije “Svijet mladih”

Prvi koraci za stvaranje aplikacije koja ispunjava sve zahtjeve udruge Svijet mladih, to su prijavu u Salesforce okruženje i preusmjerenje u postavke gdje se nalaze brojni alati za modeliranje aplikacija. Za stvaranje aplikacije je ključno stvoriti objekte i polja, ostatak posla je nadograđivanje i personalizacija.

Za potrebe organizacije Svijet mladih stvorena je istoimena aplikacija koja integrira sve prilagođene objekte ključne za funkcioniranje organizacije. Prvi korak implementacije je stvaranje aplikacije upotrebom alata „Upravitelj aplikacija“ koji je namijenjen administratorima te se nalazi u Postavkama. Nova aplikacija u gornjem lijevom kutu ima postavljen službeni logo organizacije, a u izgled sučelja su uključeni elementi zelene boje. Njene karakteristike i elementi će ispunjavati sve poslovne potrebe neprofitne organizacije poput stvaranja projekata i radionica, praćenja kontakta i njihovih članarina, prikupljanja donacija i slanja zahvalnica. Tek stvorene aplikacije imaju jednostavan osnovni dizajn kojem se mogu dodati razne komponente koje ju obogaćuju i približavaju potrebama korisnika.

Slika 6 Prikaz stvaranja aplikacije

The screenshot shows the 'Details and Branding' configuration page for a Salesforce Lightning application. The page is divided into two main sections: 'Details of application' and 'Branding of application'.

Details of application:

- Naziv aplikacije:** Input field containing 'Svijet mladih'.
- Ime razvojnog inženjera:** Input field containing 'Svijet_mladih'.
- Opis:** Text area containing 'Aplikacija neprofitne organizacije Svijet mladih'.

Branding of application:

- Slika:** A preview of the application logo, which is a green star with the text 'SVIJET MLADIH'.
- Heksadecimalna vrijednost primarne boje:** A color picker showing a green color with the hex code '#A1EB17'.
- Očisti:** A button to clear the branding.
- Opcije teme organizacije:** A checkbox labeled 'Umjesto prilagođene teme organizacije upotrijebite sliku i boju aplikacije' is checked.
- Pretpregled u Pokretaču aplikacije:** A preview of the application in the Salesforce Lightning launcher, showing the logo and the text 'Svijet mladih', 'Aplikacija neprofitne organizacije', and 'Svijet mladih'.

Izvor: izrada autora unutar Salesforce alata za izradu aplikacija

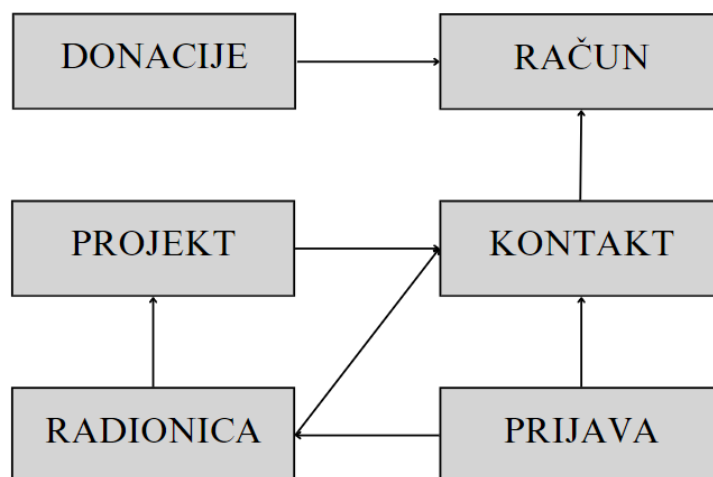
Temelj svake aplikacije su objekti koji su prikazani u navigacijskoj traci koja se nalazi na vrhu aplikacije. Objekti se u Salesforce okruženju dijele na standardne i prilagođene. Standardni su unaprijed definirani zajedno s pripadajućim poljima. S druge strane, prilagođena polja su izgrađena od temelja i korisnik ih sam modelira po svojim željama. Prilagođeni se objekti, za razliku od standardnih, ne mogu izbrisati. U navigacijsku traku aplikacije Svijet mladih dodani su standardni i prilagođeni objekti. Objekti su ključ svake aplikacije, a svrha objekta je pohraniti raznovrsne podatke ključne za poslovanje udruge.

Za potrebe projekta stvoren je model podataka sa svim objektima, također su prikazane međusobne veze među tim objektima. Analizom modela podataka ustanovljena je potreba za stvaranjem četiri nova objekta:

- projekti
- radionice
- prijave
- donacije

Prijava je poseban vezni objekt koji je stvoren kako bi se riješio problem povezivanja kontakta s radionicama jer svaki kontakt se može prijaviti na više radionica, dok je jedna radionica namijenjena više kontakta.

Slika 7 Prikaz modela podataka

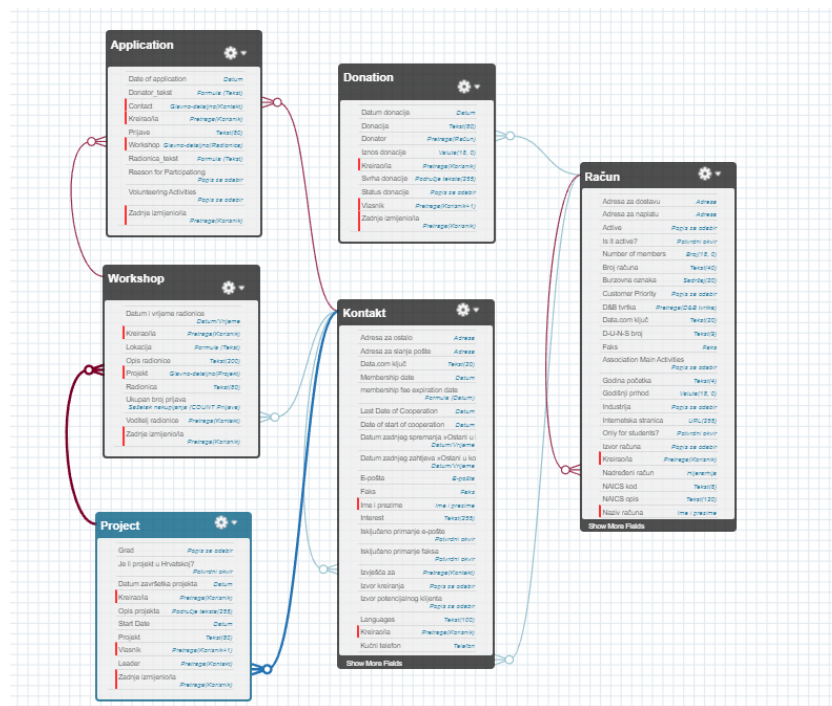


Izvor: izrada autora

Uz prilagođene objekte korišten su standardni objekti račun i kontakt. Kao račun su pohranjeni svi entiteti s kojima je organizacija ostvarila suradnju, to mogu biti druge organizacije neprofitnog sektora ili profitna poduzeća. Kontakti su svi sudionici koji sudjeluju u radu udruge kao partneri, volonteri ili privremeni članovi. Ova dva objekta su povezani jer jedan kontakt može pripadati jednom računu pa je na prozoru kontakta moguće odabrati pripadajući račun.

Na slici broj 8 je prikazan model podataka u standardnom Salesforce alatu za prikazivanje i uređivanje modela podataka. Alat omogućuje stvaranje i uređivanje veza među objektima. Model aplikacije je vizualni prikaz svih odabranih objekata i svih polja od kojih neka nisu vidljiva na prikazu za korisnike aplikacije.

Slika 8 Prikaz modela podataka u Salesforce alatu za prikazivanje modela podataka



Izvor: izrada autora unutar Salesforce-ovog alata za izradu modela podataka

Svaki objektu je dodijeljen raspored polja raspoređenih u posebno imenovane odjeljke. Polja mogu biti različite vrste poput:

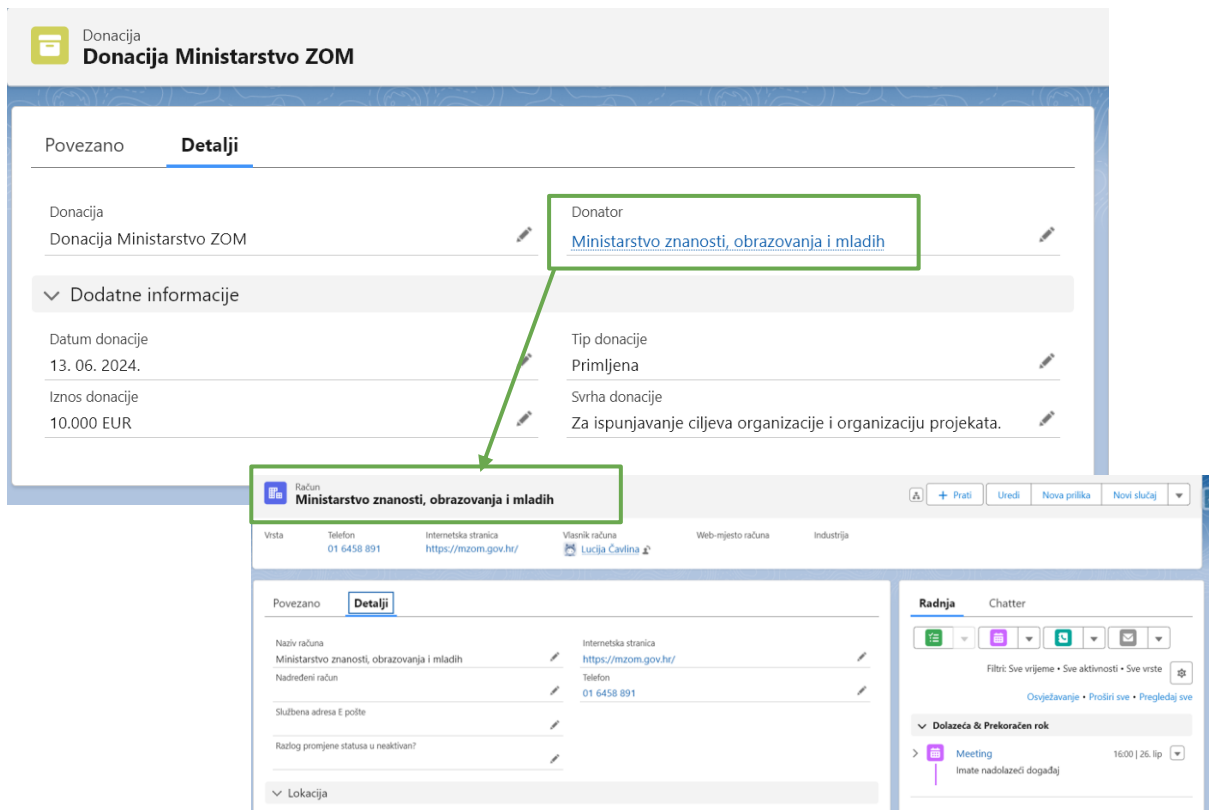
- formula (polje u koje se ne može unijeti vrijednost, već prikazuje rezultat upisane formule)
- pretraga odnosa (povezuje dva objekta)

- broj (unos numeričkih vrijednosti)
- datum (odabir datuma iz izbornika u obliku okvira kalendara)
- tekst (unos teksta i brojeva)
- popis za odabir (odabir unaprijed odobrenih vrijednosti s popisa)
- potvrdni okvir (omogućuje korisnicima odabir točnih/ označenih ili netočnih/ neoznačenih vrijednost)
- valuta (automatski doda valutu na upisani broj)

Svakom polju je prvo određena vrsta, a zatim dva imena; jedno za pohranu u sustavu koje je jedinstveno i jedno vidljivo na aplikaciji. Svaka vrsta polja ima jedinstvene postavke koje se unose i definiraju, poput maksimalne duljine, vrijednosti polja, izgled formule i slično. Na primjer, tekstualno polje može pohraniti podatke koji opisuju radionice, dok polje formata datum može prikazati početak i kraj te iste radionice. Između povezanih objekata se poput mosta postavlja polje vrste pretraga odnosa (engleski „Lookup“) jer ono omogućuje pretraživanje vrijednosti drugog objekta. Na primjer, ovakva vrsta polja je korištena za pretraživanje donora s objekta Donacije na objekt Račun, tako je specifična donacija povezana s poduzećem koji ju je uplatilo. U skladu s definiranim zahtjevima klijenta uveden je vezni objekt Prijava koji sadrži podatke o prijavama svakog kontakta na radionicu koju organizira udruga. Za računanje prijave na objekt radionica je postavljeno polje koje prebrojava broj prijave svih sudionika i automatski prepisuje ukupan broj u vrijednost polja.

Objekt Donacije ima polje pretraga odnosa koje ga povezuje s objektom Račun. Stoga je na aplikaciji polje donator popunjeno imenom računa koje je prethodno uneseno. Odabirom plave poveznice koja predstavlja ime računa, korisnik je automatski preusmjeren na stranicu računa. Sustav sam u pozadini spaja podatke koristeći dodijeljene Salesforce identifikacijske brojeve koji ujedno služe kao ključevi.

Slika 9 Prikaz polja pretraga odnosa na objektu Donacija



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Formula polje koristi vrijednosti drugih polja i funkcije kako bi ispisao numeričke ili tekstualne podatke. Ova vrsta polja je korištena za automatski prikazivanje lokacije odnosno grada gdje se održava radionica, ovisno o vrijednosti odabranom za lokaciju projekta. S obzirom da radionica uvijek ima istu lokaciju kao projekt kojem pripada, ovim načinom je spriječen krivi unos podataka. Još jedna formula je korištena za automatsko računanje posljednjeg dana članarine. Za svaki kontakt je upisan datum početka članarine, a formulom $Membership_date_c + 365$ je automatski izračunat datum posljednjeg dana članarine. Vrijednosti formula polja se ne mogu odabrati ili napisati već se unaprijed odredi formula po kojoj se podaci prikazuju. Ovisno o potrebama formule mogu biti složene ili jednostavne.

Slika 10 Prikaz formula polja za računanje datuma isteka članarine

The screenshot shows a form titled "Članarina" (Membership). It contains two date fields: "Datum članarine" (Membership date) with the value "06. 02. 2024." and "Datum isteka članarine" (Membership expiration date) with the value "05. 02. 2025.". Below the expiration date field, there is a note: "Ovo je polje izračunato nakon spremanja" (This field is calculated after saving).

Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Na projektu je stvoreno polje voditelj koji ima pregled na polje Korisnik, to su svi koji imaju vlastiti profil koji ima osigurava pristup Salesforce okruženju i aplikaciji. Kako bi se spriječio odabir nekog korisnika koji nije član Svijeta mladih, na primjer ako postoji dodatni korisnik stvoren za vanjske suradnike ili slično, na polju voditelj je dodano pravilo za provjeru valjanosti. To pravilo sprječava pohranu zapisa ako nisu zadovoljeni uvjeti pravila. Formula kojom se otkriva pogreška glasi $\$User.CompanyName = "Svijet mladih"$, uzeta je vrijednost s polja korisnika i uvjet kako rezultat formule treba izgledati.

Slika 11 Prikaz pravila valjanosti na objektu Projekt

The screenshot shows a Salesforce form for the "Projekt" object. The form includes fields for "Projekt" (Plavi svijet), "Početak projekta" (01. 06. 2024.), "Kraj projekta" (30. 09. 2024.), and "Voditelj projekta" (Security User). A validation rule is applied to the "Voditelj projekta" field, with the error message: "Molim Vas da za voditelja odaberete nekoga tko je stalni član udruge".

Overlaid on the form is a "Pravilo provjere valjanosti Projekt" (Project Validation Rule) dialog box. It displays the following details:

- Validacijsko pravilo: detalj**
- Naziv pravila:** Uvjet_za_voditelja
- Error Condition Formula:** $\$User.CompanyName = "Svijet mladih"$
- Poruka pogreške:** Molim Vas da za voditelja odaberete nekoga tko je stalni član udruge
- Opis:**
- Kreirao/la:** Lucija Čavlina, 25. 06. 2024. 22:10

At the bottom of the form, a red error message box states: "Naletjeli smo na prepreku." (We hit an obstacle.) Below it, a "Pregledaj polja u nastavku" (View fields below) dialog box lists the field "Voditelj projekta".

Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Za neke objekte poput kontakta ili računa su stvoreni različiti zapisi podataka (engleski „Record Type“) koji omogućuju grupiranje više zapisa istog tipa jednog objekta. Svaki zapis podataka se može dodijeliti različitim profilima korisnika, mogu se odabrati drugačije vrijednosti polja za odabir i drugačiji raspored polja. U aplikaciji se otvara obrazac na kojem se bira zapis i

korisnik je preusmjeren na drugi obrazac s pripadajućim rasporedom polja. Dva zapisa podataka su stvorena za objekt kontakt. S obzirom da su u kontakte svrstani i partneri i sudionici, stvorena su dva izgleda stranica s različitim poljima koja pohranjuju najbitnije podatke. Za sudionike je bitno znati područje zanimanja kako bi ih organizatori mogli usmjeriti na radionice u skladu s njihovim interesima. Također je velika razlika što partneri ne plaćaju članarinu nego postoje kao suradnici, stoga zahtijevaju različita polja vezana za datum članarine ili suradnje.

Slika 12 Prikaz različitih zapisa podataka i pripadajućih rasporeda stranice

Novi kontakt

Odaberite vrstu zapisa

Partneri
 Sudionik

Novi kontakt: Partneri

* = Obavezne informacije

Osnovne informacije

* Ime i prezime
 Obojčavane
 --Ništa--
 E-pošta

Ime
 Prezime

Naziv računa
 Pretraži Računi...

Telefon

Dodatne informacije

Rođendan
 Status partnerstva
 --Ništa--
 Datum početka suradnje
 Datum kraja suradnje

Novi kontakt: Sudionik

* = Obavezne informacije

Osnovne informacije

* Ime i prezime
 Obojčavane
 --Ništa--
 E-pošta

Ime
 Prezime

Naziv računa
 Pretraži Računi...

Telefon

Članarina

Datum članarine

Dodatne informacije

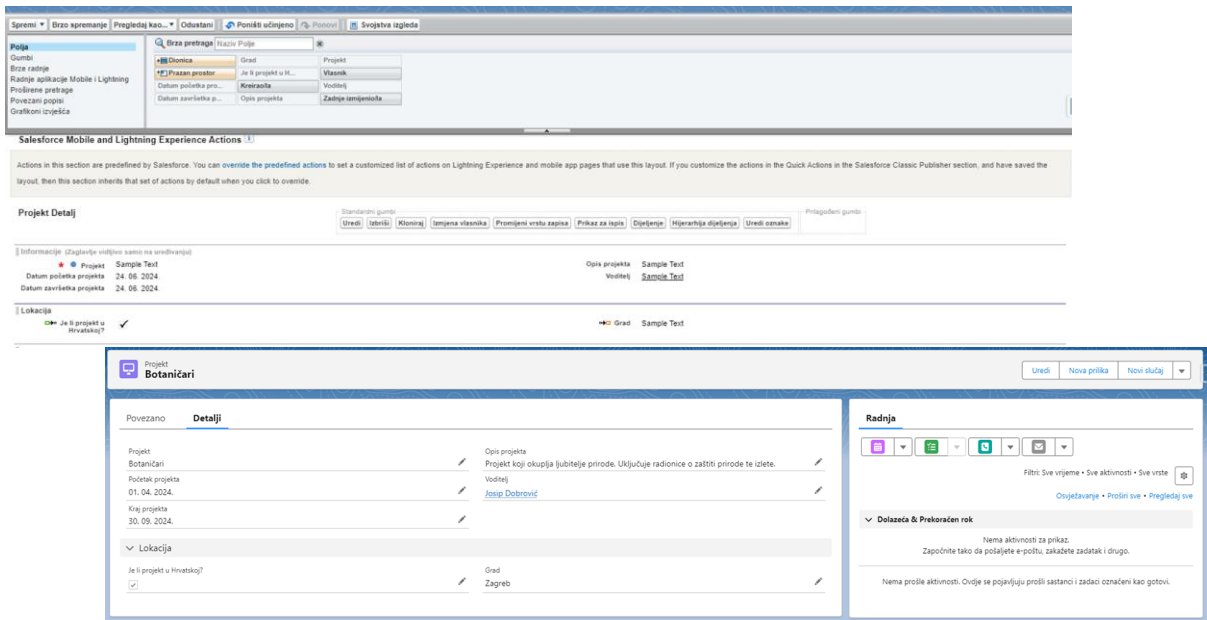
Rođendan
 Interes
 Razlog voloniranja

Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Za svaki objekt je kreiran raspored polja i dodijeljen je različitim tipovima zapisa i profilima korisnika. Raspored se sastoji od proizvoljno odabranog broja polja raspoređenih u odjeljke. Svakom profilu je moguće ograničiti pristup polju, a za samo polje je moguće odrediti može li se uređivati ili samo čitati. Također su dodane povezane liste koje sadrže podatke drugih objekata. Novostvoreni rasporedi su vrlo jednostavni i ispunjavaju očekivanja budućih korisnika. Isti izgled stranice je dodijeljen svim korisnicima jer nema potrebe za prikazivanjem različitih podataka. Korist od toga imaju poduzeća čija implementirana aplikacija mora ispunjavati zahtjeve više odvojenih timova kojima je potreban prikaz različitih polja, a samim time prikupljanje drugačijih podataka. Tada je potrebno za jedan objekt stvoriti više rasporeda.

Raspored se uređuje u postavkama i automatski ažurira prikaze u aplikaciji. Nazivi standardnih i prilagođenih polja su prevedeni na hrvatski jezik.

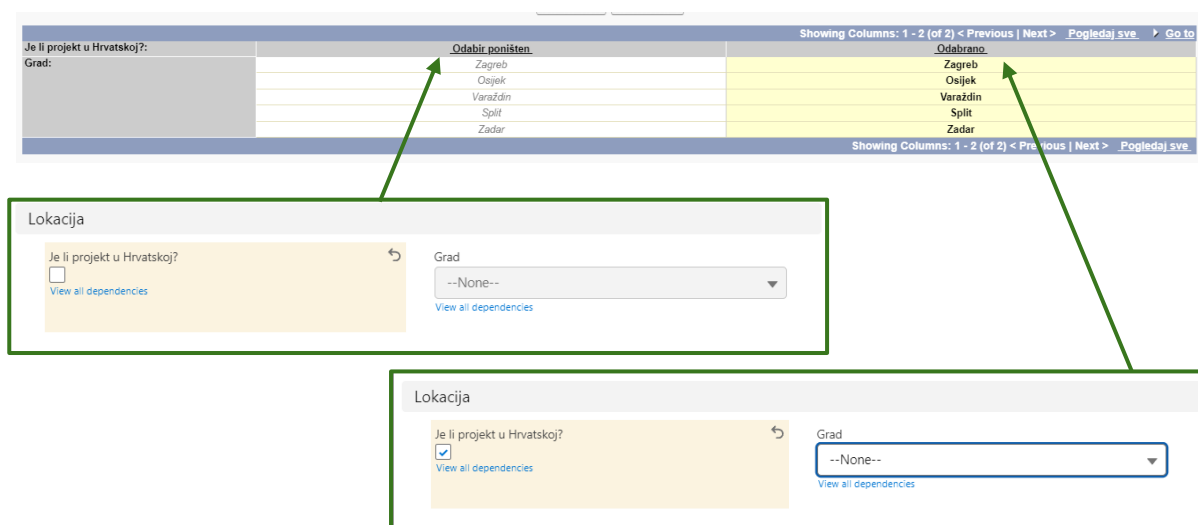
Slika 13 Prikaz rasporeda polja



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Dodatno je na rasporedu polja projekata dodano pravilo ovisnosti između dva polja, ono omogućuje odabir grada projekta jedino ako se označi da je projekt u Hrvatskoj. Time se sprječavaju moguće greške prilikom unosa podataka i kontradiktornost da projekt nije u Hrvatskoj, ali je odabran grad održavanja projekta. Za postavljanje pravila je potrebno odabrati dva polja, jedno kao uvjet, a jedno kao posljedicu. Potom označiti kada je koje polje prikazano, u ovom slučaju su prikazane vrijednosti polja grad ako je odabrano da je projekt u Hrvatskoj.

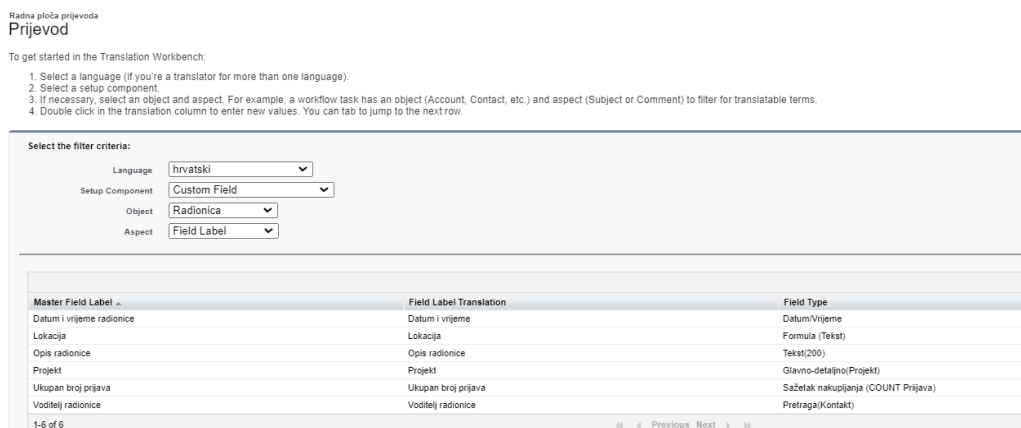
Slika 14 Prikaz ovisnosti vrijednosti polja



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Ključan zahtjev organizacije Svijet mladih je imati aplikaciju na hrvatskom jeziku, stoga je svaka dodatna prilagođena komponenta prevedena. Službeni jezik Salesforce okruženja je engleski, a jezik je određen na razini organizacije i korisnika. Postoji mnogo jezika među kojima je i hrvatski književni jezik, no neki prijevodi nisu potpuni i određene stavke nisu automatski prevedene. Stoga se svaka komponenta mora posebno prevoditi pomoću raznih alata poput radne ploče prijevoda u koju se svaki prijevod unosi pojedinačno, a promjene se spremaju i aplikacija se ažurira novim prijevodima. Svi elementi aplikacije, standardni ili prilagođeni, se mogu prilagoditi, prevesti ili preimenovati.

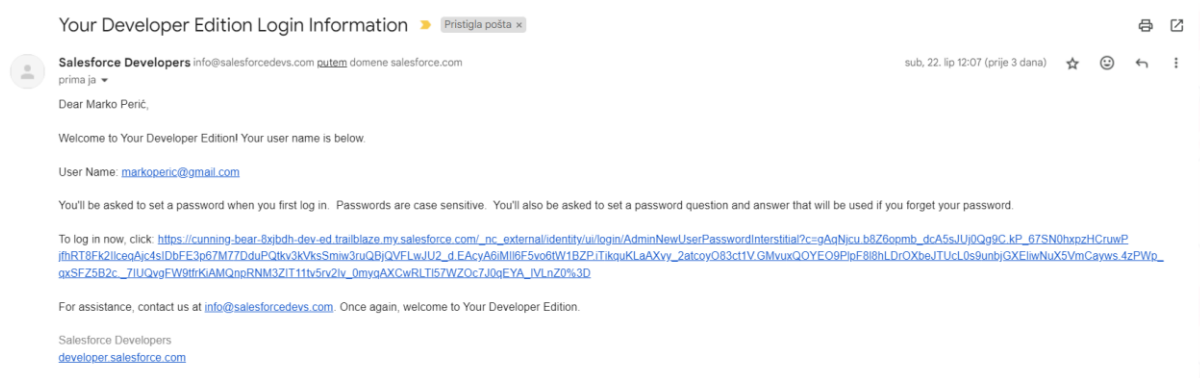
Slika 15 Prikaz unesenih prijevoda na radnoj ploči prijevoda



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Kako bi članovi organizacije, odnosno budući korisnici, mogli pristupiti aplikaciji stvoreno je šest korisnika, za svakog po jedan. Korisnik je svatko kome je dodijeljeno korisničko ime kako bi mogao pristupiti Salesforce okruženju. Lozinka je privatna i korisnik ju sam postavlja po uputama. Na slici 16 prikazana je poruka koju svaki korisnik dobije na adresu koja je upisana na profilu njegovog korisnika u Salesforce-u. Korisnik mora otvoriti poveznicu kako bi postavio svoju lozinku.

Slika 16 Prikaz poruke i uputa za registraciju



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

U procesu stvaranja korisnika, svakome je obvezno upisati prezime, pseudonim, adresu e-pošte, korisničko ime i nadimak. Također su dodijeljeni: uloga, korisnička licenca i profil. Svakom korisniku je dodijeljen prilagođen profil nazvan „Član udruge“, isti profil znači da je svaki korisnik sustava ravnopravan. Profil ne ograničava pristup nijednom objektu ni postavkama. Zatim su svima dodijeljene uloge u skladu s definiranom hijerarhijskom podjelom. Svakom korisniku može biti dodijeljen samo jedan profil i uloga. Uloge ograničavaju korisnike da uređuju zapise korisnika koji se nalaze iznad njih. Na vrhu hijerarhije je predsjednik koji ima dopuštene uređivati i pregledavati sve zapise korisnika na nižoj razini, ispod predsjednika se nalazi glavni tajnik koji ne može uređivati zapise predsjednika, ali ih može pregledavati skupa sa zapisima koje su napisali blagajnik i potpredsjednici. Ove dvije posljednje uloge su ravnopravne i mogu vidjeti sve zapise, ali ne mogu uređivati zapise uloga iznad svoje.

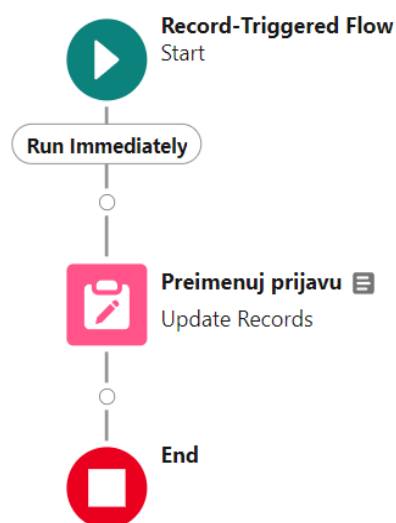
Slika 17 Prikaz uloga unutar Salesforce aplikacije



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Za automatizaciju unutar sustava je korišten graditelj tijeka kojim su automatizirane razne radnje kako korisnici ne bi morali obavljati repetitivne sitne zadatke. Tijek je alat koji ne koristi kod, već druge radnje i uvjete poduprite logikom i podacima. Tijekom stvaranja tijeka je potrebno definirati korake i radnje koje se događaju ako su ispunjeni uvjeti. Radnje su određene u obliku koraka koje čine međusobno spojeni elementi s formulama. Postoje tri vrste radnje: interaktivne omogućuju interakciju korisnika i sustava, logičke služe za postavljanje uvjeta i petlji dok podatkovne manipuliraju podacima odnosno prikuplja ih, mijenja ili briše. Kako bi ubrzali procese stvorena su tri tijeka, jedan je ekranski tijek na kojem korisnik može upisati donaciju koja se automatski pohranjuje i zbraja s ostalim donacijama. Ostala dva tijeka koje pokreće okidač; prvi se koristi za preimenovanje novih prijava, a drugi za automatsko slanje poruke donatorima. Tijek koji se pokreće čim se pohrani ili ažurira prijava. Naziv prijave je tekstualno standardno polje koje pohranom svake prijave poprima vrijednost imena kontakta koji se prijavljuje i naziv radionice za koji je vezana prijava. Kao rješenje ovog problema, kreiran je vrlo jednostavan tijek koji preimenuje naziv prijave nakon što se pohrani. Tijek se sastoji od početka, radnje i kraja. Na početku je postavljen uvjet da tijek pokrene svaki put kada se zapis pohrani ili ažurira. Ako je uvjet ispunjen onda se pokreće drugi korak, a to je preimenovanje prijave. U tom srednjem dijelu je korištena formula koja ažurira naziv te prijave po zadanoj formuli koja spaja ime kontakta s imenom radionice: `{!$Record.Kontakt_tekst__c} + " " + {$Record.Radionica_tekst__c}`.

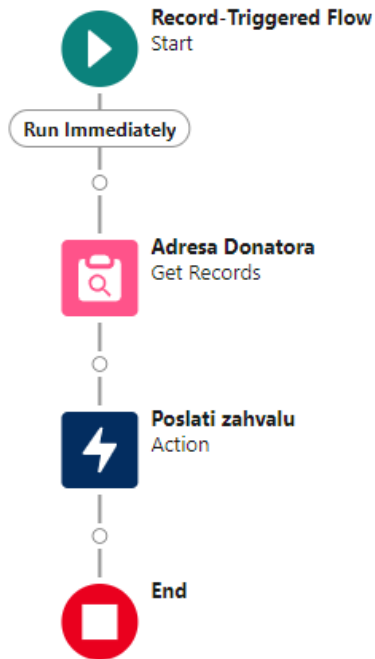
Slika 18 Prikaz elemenata tijeka za preimenovanje prijava



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

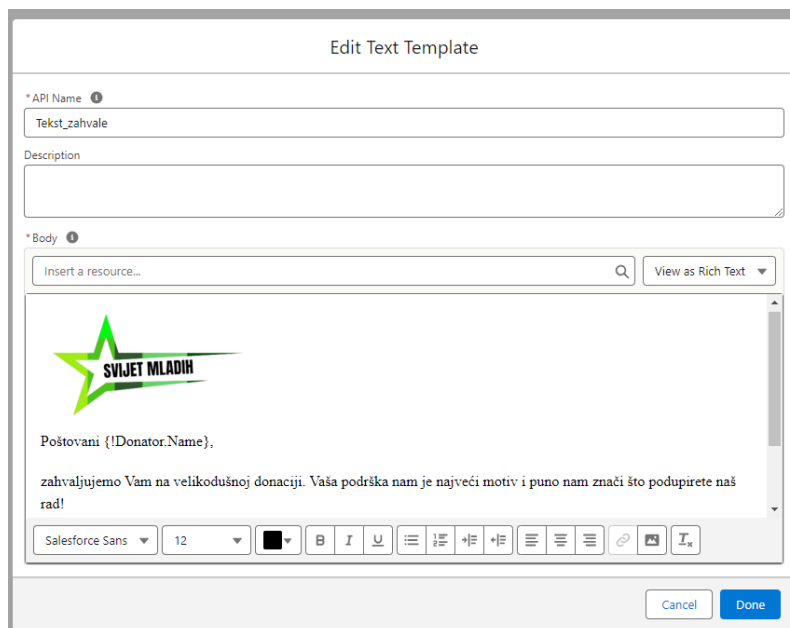
Stvoren je i tijek koji automatski šalje poruku zahvale korisnicima koji su uplatili donaciju. U uvjetima je postavljeno da se poruka šalje jedino ako je status donacije primljena i ako je popunjeno polje donor. Odnosno u obliku formule: *Donation_Status__c equals Primljena AND Donor__c Is Null False*. Status donacije može biti i „zatražena“ ili „obećana“, ali čim se status promjeni u „primljena“, donacije se nastavlja analizirati te se provjerava polje donatora. Polje donatora je popunjeno nazivom računa, a svaki račun ima pohranjenu pripadajuću adresu e-pošte. Sve adrese, ako su prošle prethodne uvjete, se pohranjuju i postavljaju kao primatelj poruke zahvale. Unutar radnje je postavljeno da se šalje e-pošta i stvorena je poruka koja se šalje prethodno pohranjenim adresama e-pošte.

Slika 19 Prikaz tijeka za automatsko slanje poruka zahvale



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

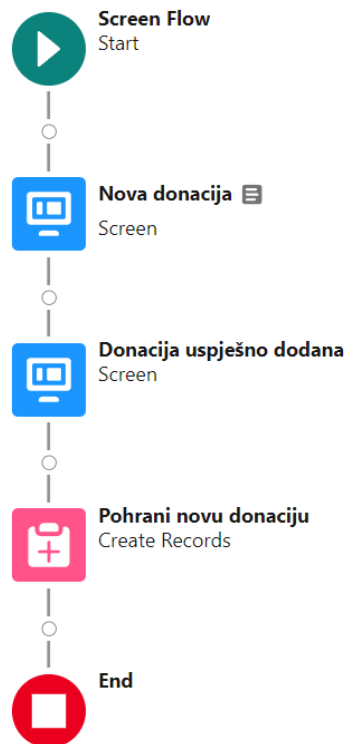
Slika 20 Poruka zahvale



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Stvoren je i ekranski tijek koji je postavljen na početnu stranu aplikacije. Ekranski prikaz ne pokreće nikakva radnja nego je on statična komponenta za upisivanje podataka. Za potrebe udruge je stvoren tijek za upisivanje donacija. Podaci se popunjavaju unutar obrasca i automatski se pohranjuju unutar objekta donacije. Tijek sadrži dva ekranska prikaza, na prvom su obuhvaćena sva polja sa standardnog obrasca za stvaranje nove donacije, a na drugom tekst i slika koji označavaju uspješnu pohranu. Postavljena su polja spojena s poljima obrasca gdje su i pohranjena.

Slika 21 Prikaz ekranskog tijeka za upis nove donacije



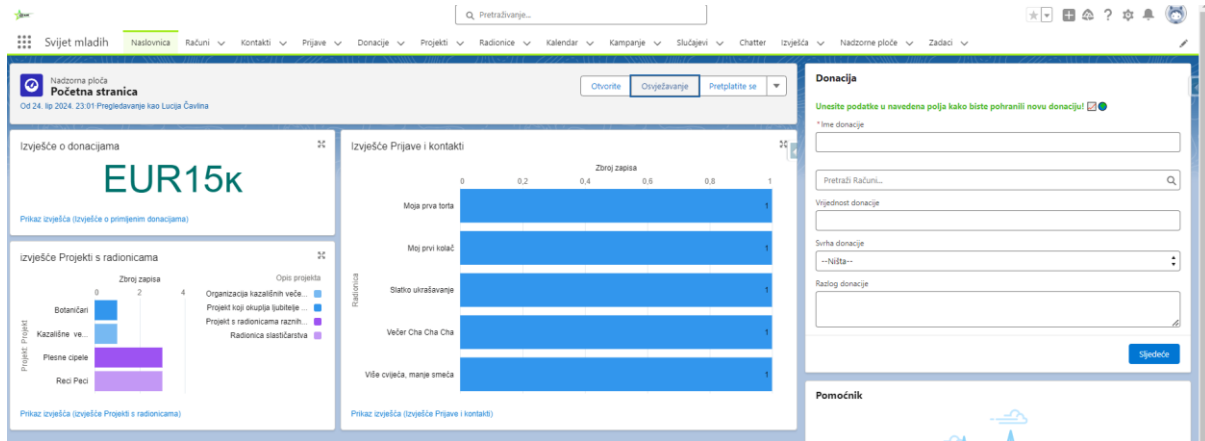
Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Dodatna prilagodba unutar aplikacije uključuje stvaranje popisnih pregleda, ubacivanje podataka, prilagođavanje kalendara, stvaranje izvještaja i nadzornih ploča te prilagodba izgleda aplikacije. Za prilagodbu tih dijelova nije potrebno znanje administratora, već svaki korisnik to može urediti samostalno. To se smatra samo dodatnim uređenjem i prilagođavanjem aplikacije.

Prvo je uređena naslovna stranica aplikacije te su joj dodani elementi koji su korisnicima ključni za svakodnevno korištenje. Uključen je izbornik sa svim objektima, ekranski tijek za stvaranje novih donacija, nadzorna ploču sa svim bitnim podacima za poslovanje te popise današnjih

zadataka i događaja. Tijek za stvaranje donacija automatski, nakon što se upišu svi potrebni podaci, pohranjuje iznos donacija, nakon čega se automatski ažurira graf na lijevoj strani koji prikazuje iznos primljenih donacija ovaj mjesec.

Slika 22 Naslovna stranica aplikacije Svijet mladih



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Za svaki objekt su prilagođeni prikazi popisa s odgovarajućim filterima. Prikaz popisa je tablični skup zapisa koji su pogodni za bržu analizu i uređivanje podataka. Sadrže samo zapise koje korisnik može vidjeti i koji ispunjavaju uvjete filtera koji su prethodno uneseni. Filter čine tri elementa: polje, operator i vrijednost. Prikazi popisa su vrlo prilagodljivi; mogu se preimenovati, podijeliti s drugim članovima također im je moguće dodati nove stupce i filtere. Svakom popisu su dodani filteri kako bi se prikazali samo određeni podaci, a ne jedna nepregledna beskrajna lista sa svim podacima. Za stvaranje popisa koji sadrži samo projekte čiji je početak mjesec lipanj 2024. godine i nalaze se u Zagrebu, Osijeku ili Splitu potrebno je koristiti četiri filtera s odgovarajućim uvjetima prikazanim na slici 23.

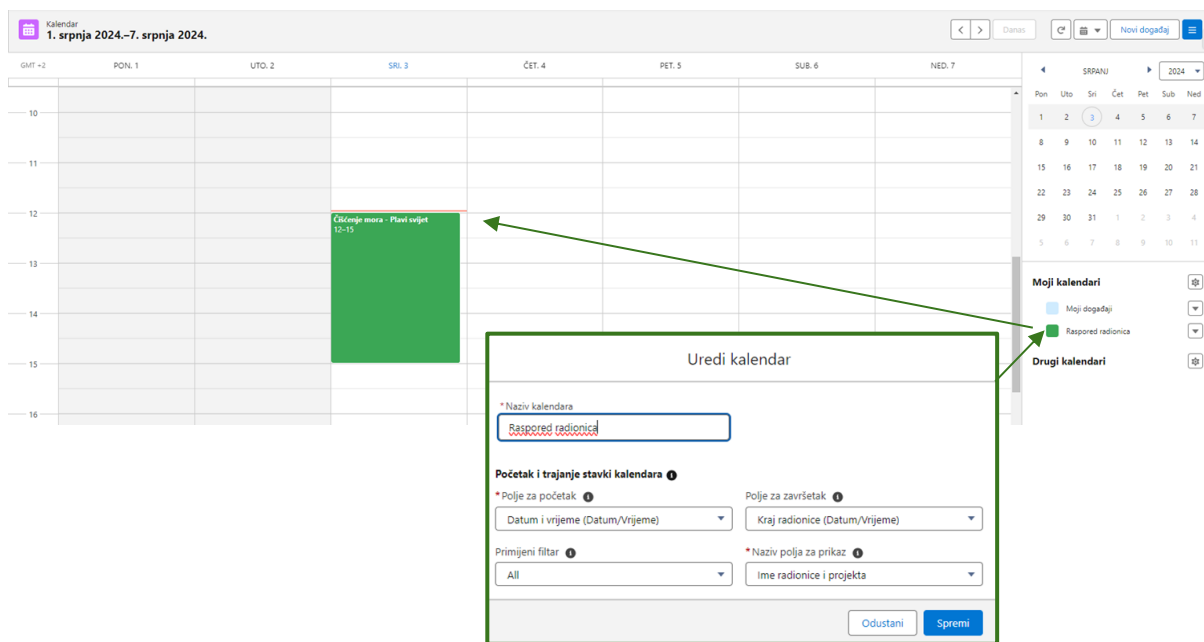
Slika 23 Prikaz popisnog pregleda i korištenih filtera

| Projekt ↑ | Početak projekta | Kraj projekta | Grad |
|---|------------------|---------------|--------|
| 1 <input type="checkbox"/> Aktivni koraci | 07. 06. 2024. | 20. 09. 2024. | Zagreb |
| 2 <input type="checkbox"/> Plavi svijet | 01. 06. 2024. | 30. 09. 2024. | Split |

Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Kalendari su bitna stavka svake udruge čiji članovi imaju mnogo obveza u svojem rasporedu. Salesforce kalendari su koristan alat za planiranje sastanka i praktičnije upravljanje radnim danom i ograničenim vremenom. Članovi udruge često imaju sastanke i radionice čiji je datum i vrijeme bitno uklopiti u dnevni raspored. Stvoreni su kalendari za prikaz datuma i sata kada počinje radionica, zatim za prikaz planiranih događaja i zadataka. Svaka radionica ima polje datum i vrijeme koje je korišteno za prikaz trajanja na kalendaru, a za kraj je korišteno formula polje čija formula računa tri sata od početka radionice $DATEVALUE(Workshop_Date_and_Time_c + (3/24))$. Naziv polja za prikaz je također formula polje koje nije prikazano na obrascu radionica, već ono u pozadini spaja ime radionice i projekta po formuli $Name + " - " + Project_r.Name$

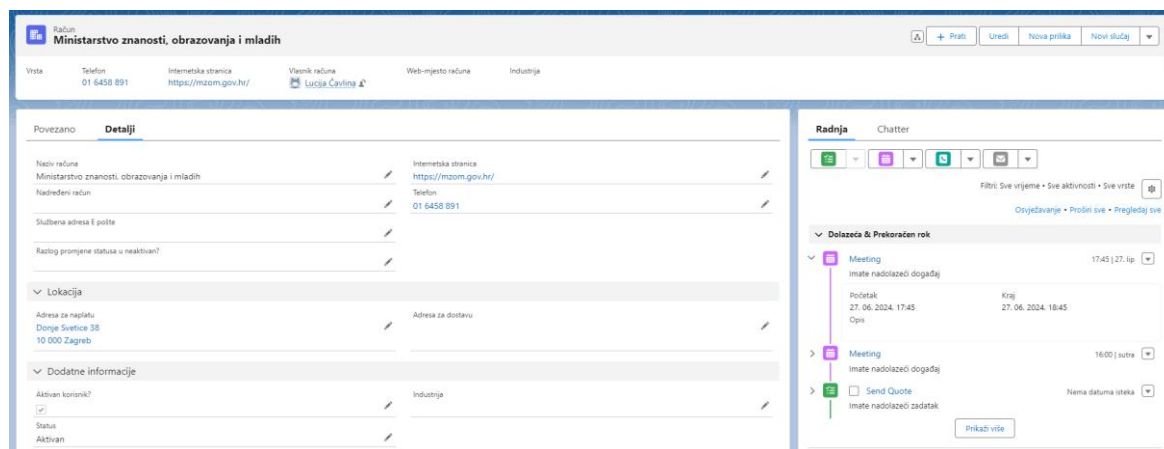
Slika 24 Prikaz kalendara koji prikazuje raspored radionica



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Omogućeno je stvaranje aktivnosti s objekta Kontakt i Ustanova. Na stranici svakog pojedinačnog zapisa ta dva objekta mogu se stvoriti događaji i zadaci te se mogu pratiti prošle i buduće aktivnost. Svaki naziv događaja korisnika šalje u vlastiti kalendar, odnosno na stranicu događaja.

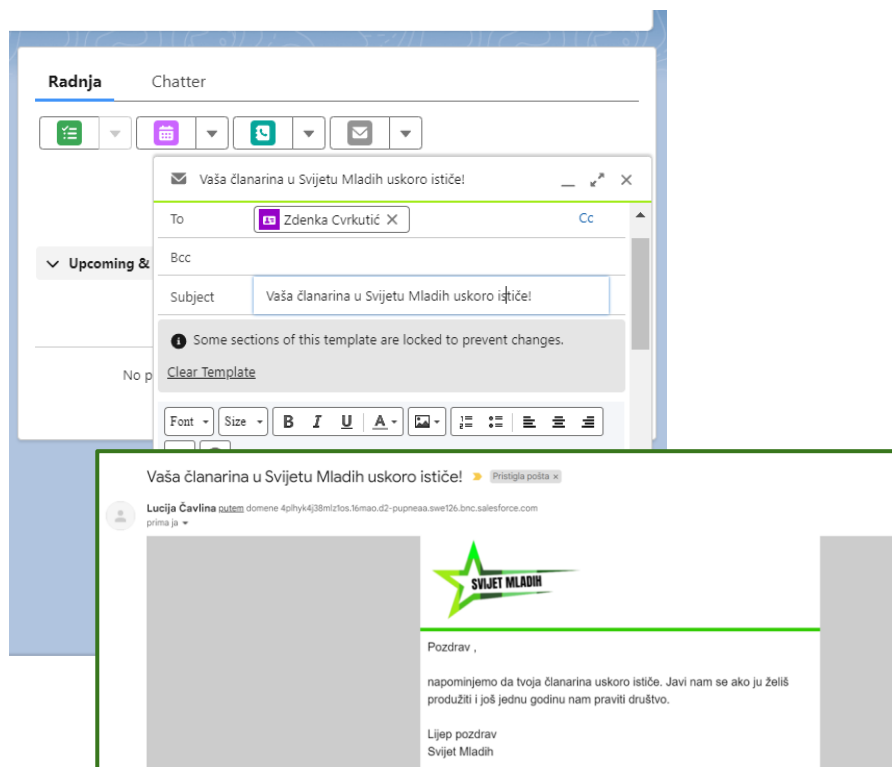
Slika 25 Prikaz aktivnosti koje se mogu obaviti s računara



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Također se mogu izravno slati poruke e-pošte u koju se mogu dodati gotovi predlošci koji su prethodno stvoreni i prilagođeni. Stvoren je vrlo jednostavan predložak koji u gornjem desnom kutu ima logo udruge, a ispod tekst. Predložak se ubacuje u poruku i šalje korisniku čija je adresa odabrana kao primatelj. Ovo je korisno u slučaju ručnih slanja poruka, ali ako je potrebno slati poruke više kontakta tada se taj proces poželjno automatizirati.

Slika 26 Prikaz poruke



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Udruga Svijet mladih tijekom svog poslovanja stvorila je i pohranila veliku količinu podataka koje je potrebno prebaciti u novi sustav. Na slici 27 je prikazan primjer uvoza male količine podataka kako bi se demonstrirao postupak. Postoji više alata kojima se podaci mogu uvesti. Najpoznatiji su Čarobnjak za uvoz koji može uvesti do 50 000 zapisa odjednom i Alat za učitavanje podataka koji može uvesti do 5 milijuna zapisa. Za potrebe ove aplikacije, podaci su uneseni pomoću alata Inspektor podataka koji je dodatak namijenjen administratorima. Uz njegovu pomoć moguće je brzo izvesti i uvesti podatke. Uvezeni su podaci o pet novih udruga i četiri poduzeća iz tablice u .xls formatu. Tijekom uvoza podatke je potrebno spojiti s odgovarajućim poljima u Salesforce-u, odnosno nazivima programskog sučelja (poznato i kao API).

Slika 27 Prikaz unosa podataka i spajanja naziva polja

Use Tooling API?

Action: **Insert**

Object: **Account**

Format: Excel CSV

Data:

Batch size:

Threads:

Buttons: **Import** **Cancel queued** **Retry failed** **Copy (Excel format)** **Copy (CSV)** **Copy options**

Status: 9 Queued 0 Processing 0 Succeeded 0 Failed

| Name | Website | Is_it_active__c | RecordTypeId |
|----------------------|----------------------------|-----------------|--------------------|
| Zdravi koraci | www.zdravikoraci.hr | TRUE | 012d2000000Deu5AAC |
| Crveni križ | www.crvenikriz.hr | TRUE | 012d2000000Deu5AAC |
| Mladi za bolje sutra | www.mzbs.hr | TRUE | 012d2000000Deu5AAC |
| FLN | www.fn.hr | TRUE | 012d2000000Deu5AAC |
| Kreativna zajednica | www.kreativna-zajednica.hr | TRUE | 012d2000000Deu5AAC |
| Euphorix | www.euphorix.hr | TRUE | 012d2000000DesTAAS |
| Fusion | www.fusion.hr | TRUE | 012d2000000DesTAAS |
| Zenith | www.zenith.hr | TRUE | 012d2000000DesTAAS |
| Spectrum | www.spectrum.hr | TRUE | 012d2000000DesTAAS |

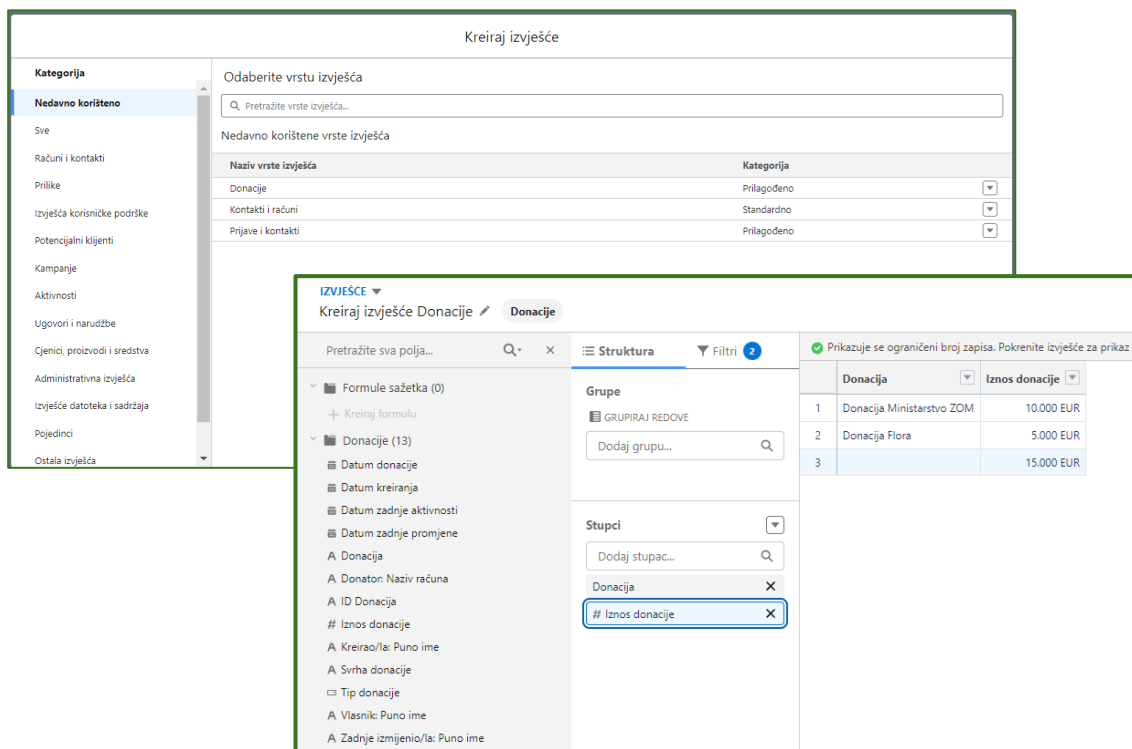
Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Podaci su vrlo korisni za stvaranje izvješća u kojima je moguće prikazati mnoge kombinacije polja i filtera koji su primijenjeni na odabranim podacima. Podaci mogu biti s jednog objekta ili s više međusobno povezanih. Salesforce alat za izradu izvještaja je intuitivan i brz alat za izgradnju svih vrsta izvješća korištenjem tehnike povuci i ispusti. Polja se mogu slagati na izvještaju po vlastitom rasporedu, također se mogu grupirati po redovima ili stupcima što omogućuje stvaranje grafikona i bolju analizu. Izvještaji mogu sadržavati veliki broj podataka što ih može učiniti nepreglednim, stoga je potrebno koristiti filtere kako bi se postigla svrha samog izvještaja. Filteri imaju vrijednost, operator i polje, uključena su sva polja koja postoje na prethodno odabranim objektima i može im se pridodati bilo koja vrijednost.

Za potrebe ove udruge je stvoreno je šest izvještaja:

- Donacije prema statusu
- Prijave na radionicu
- Prijave i kontakti
- Primljene donacije
- Projekti i radionice
- Sudionici

Slika 28 Prikaz alata za izradu izvještaja

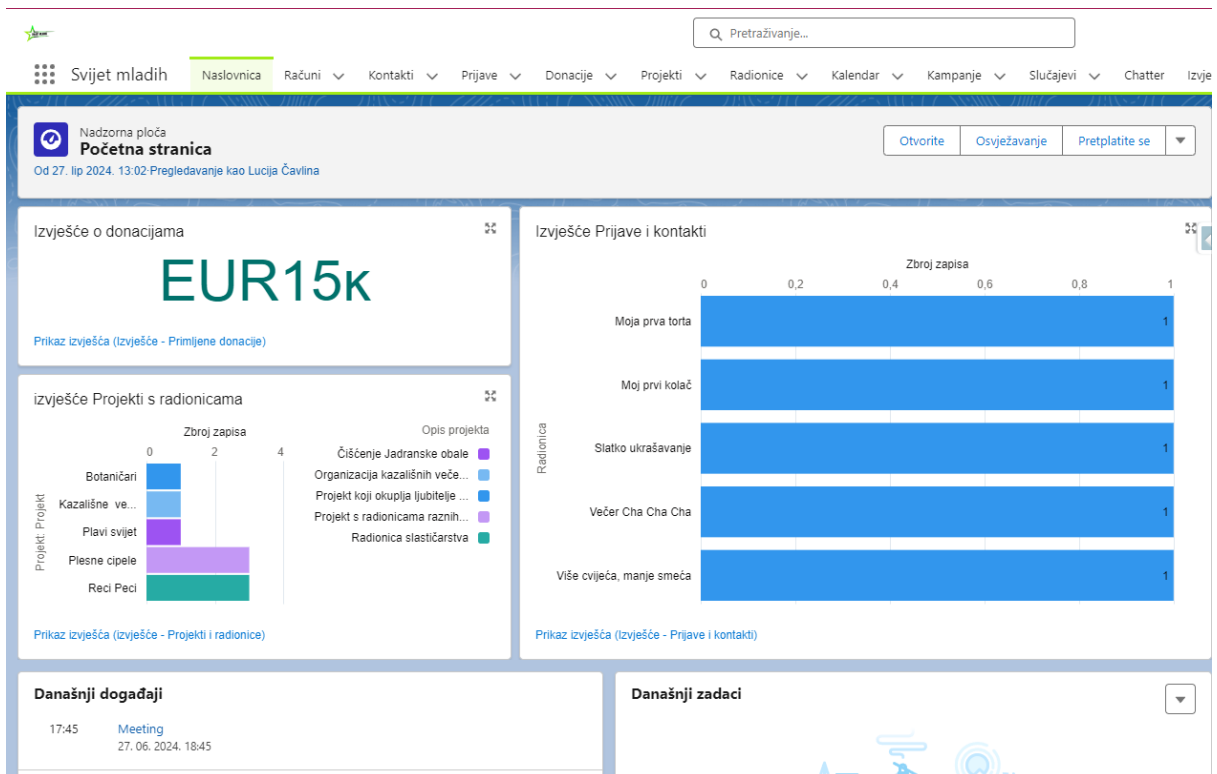


Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Nadzorne ploče pružaju poboljšanu funkcionalnost u odnosu na izvještaje te omogućuju prikaz svih podataka u tabličnom ili grafičkom obliku čime je stvoren potpuni uvid u sve podatke. Nadzorna ploča se sastoji od više izvještaja i prikazuje podatke koji se nalaze na tim izvještajima od kojih se sastoji. Na svaku nadzornu ploču se može postavljati više vizualnih komponenti poput teksta, slika, tablica i grafikona. Tablice i grafikoni su interaktivni te su povezani na izvorni izvještaj za kojeg su ti podaci vezani. Prilikom izrade grafikona određene su odgovarajuće osi i tipovi grafikona koji najbolje prikazuju tražene informacije.

Stvorene su dvije nadzorne ploče koje integriraju sve prethodno navedene izvještaje. Prva nadzorna ploča je smještena na naslovnu stranicu te, čim se korisnik prijavi u aplikaciju, su mu prikazuje ažurirane podatke. Korisnici se mogu pretplatiti na nadzornu ploču tako da im u određeno vrijeme određene učestalosti bude dostavljen na adresu e-pošte, također ju mogu preuzeti kao sliku.

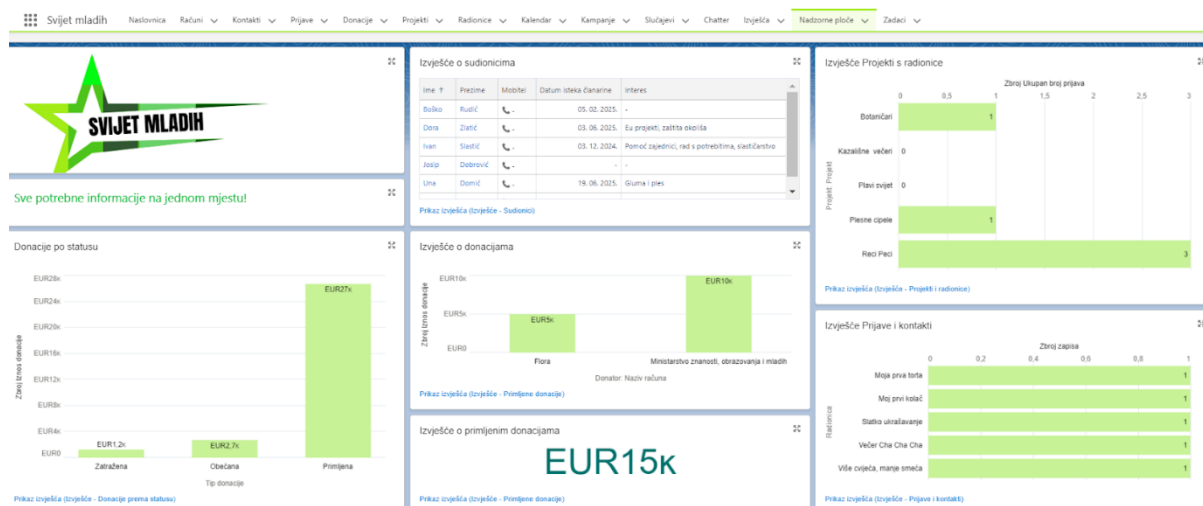
Slika 29 Nadzorna ploča na naslovnoj stranici



Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

Druga nadzorna ploča je detaljnija, odnosno sadrži više grafikona i tablica. Nazvana je „Svijet mladih“ i prikazuje detaljan uvid u poslovanje. Grafikoni prikazuju podatke iz šest različitih izvješća, ti podaci su vezani za objekte prijave i radionice, donacije, projekti i klijenti. Prikazi grafikona se mogu uvećati i preuzeti te sadrže poveznicu na originalni izvještaj. Korisnik, koji je član udruge, pretplaćen je na nadzornu ploču koja se dostavlja svakog tjedna u ponedjeljak u osam sati na njegovu adresu e-pošte.

Slika 30 Nadzorna ploča za prikaz poslovanja udruge

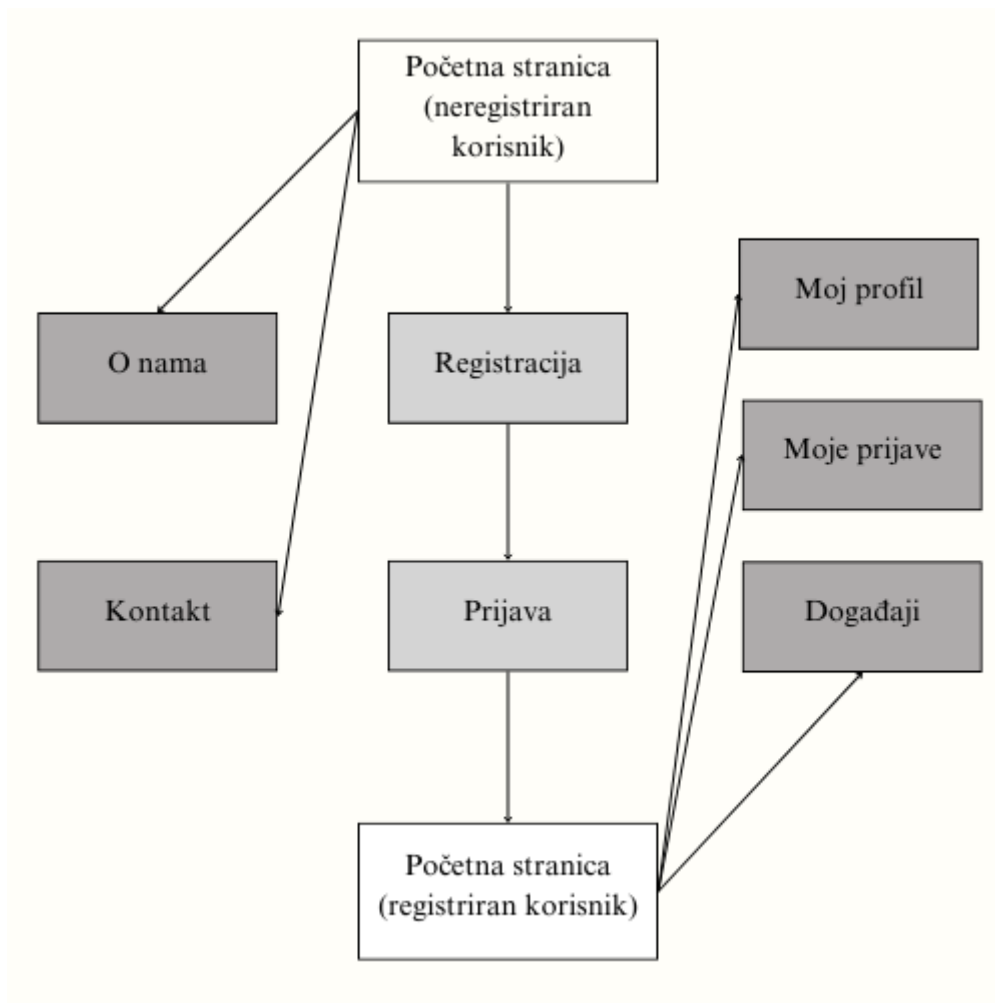


Izvor: izrada autora unutar Salesforce aplikacije

4.4. Implementacija korisničkog sučelja

Za potrebe ovog projekta je kreirana interaktivna stranica za suradnju sa sudionicima i partnerima. Stranice su vrlo jednostavne te su za njihovo stvaranje korištene gotove komponente, bez dodatnog kodiranja. Standardne varijable imaju osnovni format i napravljene su kako bi ispunjavali zahtjeve više korisnika, za posebne zahtjeve je potrebna prilagodba i korištenje koda. Portal je namijenjen svim onima koji žele saznati više o udruzi te im pruža jedinstven pristup informacijama. Experience Cloud je platforma na kojoj je izgrađen portal i podaci se šalju u Salesforce aplikaciju Svijet mladih. Za stvaranje cijele aplikacije je potrebno devet stranica. Korisnik prvo pristupa početnoj stranici s koje se može preusmjeriti na stranicu koja sadrži osnovne podatke o udruzi i stranicu za kontakt na kojoj se nalazi obrazac za kontaktiranje. Ako nema vlastiti korisnički račun, korisnik se može registrirati. Koristeći korisnički račun i lozinku se može prijaviti i dobiti pristup na početnu stranicu za registrirane korisnike. Korisnik tada može pristupiti svim događajima udruge, uređivati podatke o sebi na profilnoj stranici te pregledavati svoje prijave i sudjelovanja na projektima.

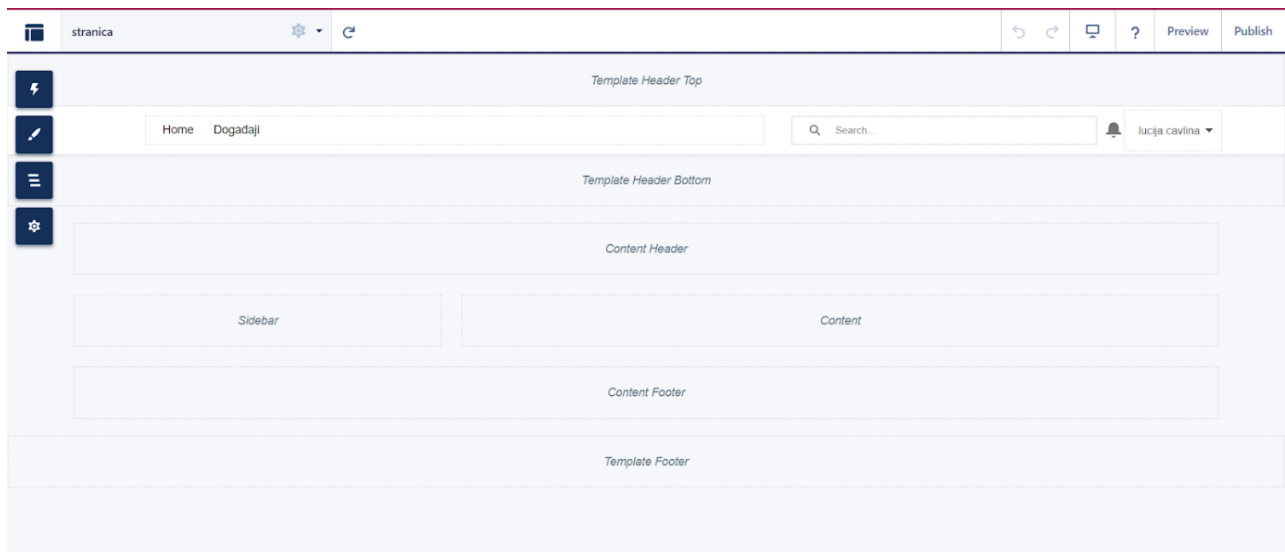
Slika 31 Popis stranica korisničkog sučelja



Izvor: izrada autora

Nakon što je Experience Cloud omogućen, u postavkama se odlazi na izbornik za stvaranje novih stranica gdje je ujedno i cijela platforma Experience Cloud-a. Kako bi se stranica mogla stvoriti i uređivati potrebno je prethodno stvoriti Zajednicu. Tada je pristup platformi za izradu stranica omogućeni i nakon što se stvori nova stranica odmah joj je dodijeljena domena. Stranice se mogu prilagođavati potrebama, postoje i gotove šablone, a moguće ih je stvoriti i od temelja. Komponente se mogu isprogramirati koristeći jezike Apex, JavaScript, CSS i HTML. Kada se otvori nova stranica, ona je potpuno prazna i sadrži odjeljke u koje se mogu dodavati različite komponente. S desne strane unutar alata za gradnju stranice se nalazi izbornik za komponente, teme, struktura i postavke.

Slika 32 Graditelj unutar Experience Cloud-a



Izvor: izrada autora unutar Experience Cloud-a

Korisnik prvo otvara početnu stranicu koja na vrhu ima navigacijski izbornik s poveznicama koje korisnika preusmjeravaju na druge stranice. Na dnu stranice su osnovne informacije o udruzi te gumb za kontakt. Gumb korisnike preusmjerava na stranicu s obrascem za kontaktiranjem koji se u aplikaciji Svijet mladih pohranjuje kao slučaj. Standardne komponente imaju vrlo malu mogućnost prilagođavanja te se ne mogu prevesti, dok isprogramirane komponente se mogu prevesti na preko dvadeset jezika.

Slika 33 Početna stranica



Svijet mladih je neprofitna, neovisna i nepolitička organizacija osnovana sa svrhom povezivanja i educiranja mladih ljudi. Pridruži nam se u našim avanturama i postani dio naše predivne zajednice!

Kontakt broj: 987 654 321
Web adresa: www.svijetmladih.com
Potraži nas i na društvenim mrežama @svijetmladih

Pošalji poruku!

Izvor: izrada autora unutar Experience Cloud-a

Odabirom gumba za kontaktiranje korisnik je preusmjeren na novu stranicu za kontaktiranje gdje mogu popuniti obrazac koji kreira novi slučaj koji se zatim automatski stvara unutar Salesforce aplikacije Svijet mladih. Svakom slučaju je dodijeljen jedinstveni broj koji označava ime. Obrazac je moguće popuniti iako korisnik nije registriran.

Slika 34 Kreiranje upita unutar korisničkog sučelja

The image shows two screenshots from a user interface. The top screenshot is a 'New Case' form with the following fields: 'Contact Name' (with a search bar), 'Status' (set to 'New'), 'Subject', and 'Description'. A green 'Confirm' button is at the bottom. The bottom screenshot shows a 'Moji slučajevi' table with the following data:

| | Broj slučaja | Ime kontakta | Tema | Stanje |
|---|-----------------------------------|--------------|------------------------------------|--------|
| 1 | <input type="checkbox"/> 00001027 | Marta Grdić | Volontiranje | Novo |
| 2 | <input type="checkbox"/> 00001026 | Ivan Filić | Upit oko udanjanja | Novo |

Izvor: izrada autora unutar Experience Cloud-a i Salesforce aplikacije

Neregistriran korisnik ima pristup stranici koja sadrži osnovne podatke o udruzi. Stranica je vrlo jednostavnog dizajna i sadrži komponente za tekst i sliku.

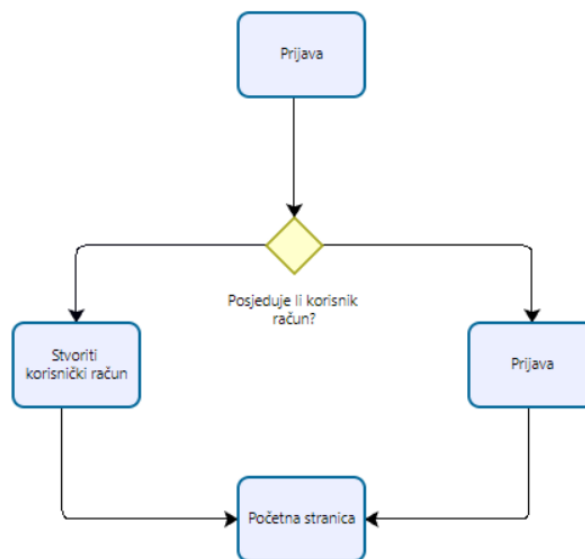
Slika 35 Stranica O nama

The image shows a screenshot of an 'About Us' page. It features three columns of text on a light green background. The first column describes the organization's vision. The second column, titled 'Zašto volontirati i sudjelovati na našim radionicama?', lists three benefits. The third column describes the organization's goal. Below the text is a large illustration of several hands of different colors (orange, yellow, red) with white hearts on their palms, symbolizing unity and support.

Izvor: izrada autora unutar Experience Cloud-a

Korisnik se mora registrirati kako bi mogao pristupiti drugim stranicama. Korisniku je potreban korisnički račun kako bi se mogao prijaviti u sustav, stoga se korisnika preusmjerava na stranicu za registraciju. Postoji osnovna forma za registraciju, također je moguće stvoriti novu, pomoću dodatnog koda, koja ima dodatan gumb za vidljivost lozinke i sve potrebne komponente.

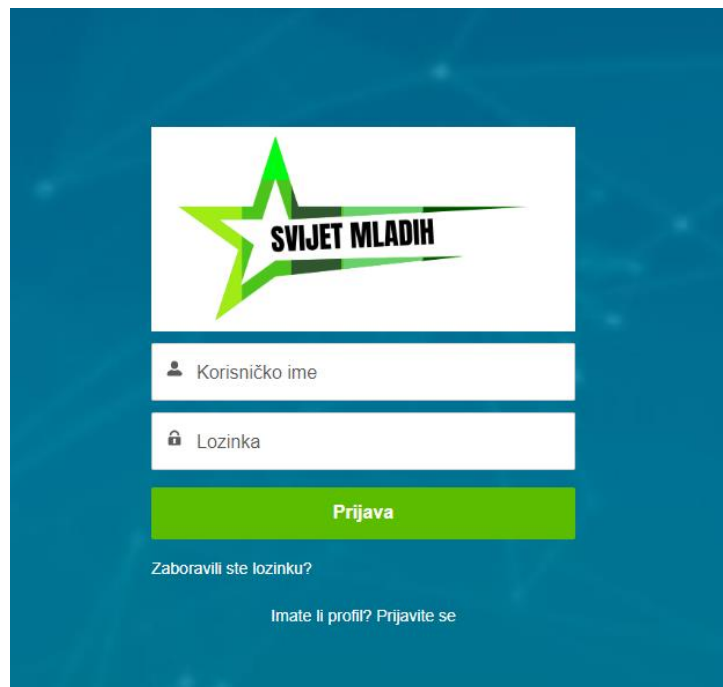
Slika 36 Prikaz tijeka za dolazak do početne stranice



Izvor: izrada autora

Obrazac za prijavu se nalazi na posebnoj stranici na koju je korisnik preusmjeren nakon što odabere gumb za prijavu. U obrazac za prijavu korisnik unosi svoje unikatno korisničko ime i privatnu lozinku. Ako korisnik nije obavio prethodni korak registracije, to može učiniti odabirom poveznice koja ga preusmjerava na stranicu za registraciju.

Slika 37 Komponenta za prijavu u aplikaciju



The image shows a login form for an application. At the top, there is a logo consisting of a green star with a black outline and the text "SVIJET MLADIH" in black. Below the logo are two input fields: the first is labeled "Korisničko ime" (Username) and the second is labeled "Lozinka" (Password). Below these fields is a green button labeled "Prijava" (Login). Underneath the button, there is a link that says "Zaboravili ste lozinku?" (Forgot your password?). At the bottom, there is a link that says "Imate li profil? Prijavite se" (Do you have a profile? Log in).

Izvor: izrada autora unutar Experience Cloud-a

Na stranicu za registraciju je potrebno unijeti više podataka poput imena i prezimena, adrese e-pošte i nove lozinke. Na tom obrascu se prvi put stvara lozinka te ju je potrebno unijeti dva puta. Nakon što korisnik unese sve podatke mora odabrati gumb kako bi se registrirao te kako bi se podaci pohranili. Dodatnim prilagodbama mogu biti dodani sigurnosni uvjeti za postavljanje lozinke ili davanje privole kako bi se obrazac mogao pohraniti.

Slika 38 Komponenta za registraciju

Unesi podatke u nastavku kako bi postao član našeg tima!

Ime

Prezime

Email

Lozinka

Ponovni unos lozinke

Registrij se!

[Već posjeduješ račun? Prijavi se](#)

Izvor: izrada autora unutar Experience Cloud-a

Nakon što se korisnik registrirao može urediti stranicu svog profila i dodati informacije o sebi. Dodatnim prilagodabama se može stvoriti stranica profila na koju se može dodati slika i bolji dizajn stranice.

Slika 39 Stranica Moj profil

Moj profil

luoija.cavtina

Ime: Luoija Cavtina

Prezime: Kavtina

Email: luojia.cavtina@...

Adresa: ...

Telefon: ...

Emergency Name: ...

Emergency Number: ...

Mobile: ...

Avatar: ...

Izvor: izrada autora unutar Experience Cloud-a

Stranica za prijavu na radionice je moguće stvoriti jedino upotrebom koda jer je potrebno spojiti sve podatke sa sučelja s aplikacijom u Salesforce-u. Podaci o radionicama i dostupnim mjestima se trebaju objaviti na sučelju, a nakon što se korisnik prijavi, podatak o prijavi se treba automatski pohraniti u aplikaciji. Stranica za prijavu na radionicu treba obuhvaćati podatke i termin radionice te bi svaki registrirani korisnik trebao popuniti kratki obrazac i prijaviti se. Prijava je zatim vidljiva na korisnikovom profilu i u aplikaciji Svijet mladih.

Slika 40 Skica stranice Događaja

The wireframe shows a registration page for workshops. At the top left, there is a placeholder for a logo and a grid icon labeled 'Događaji'. Below this, the main heading is 'Radionice u lipnju' with a sub-heading 'Radi bržeg pretraživanja odaberite datum i grad'. The form consists of two input fields: 'Datum održavanja radionice' with the value '27.06.2024.' and a calendar icon, and 'Grad održavanja radionice' with the value 'Pazin'. Below the form, there is a note: 'Nakon što odabereš radionicu na lijevoj strani Prijavi se!' and a 'Submit' button. On the right side, there is a vertical list of workshop cards. Each card has a placeholder image and a title: 'Večer Cha Cha Cha', 'Radionica Moja prva torta', and 'Čišćenje mora'. A vertical scrollbar is positioned to the right of these cards.

Izvor: izrada autora pomoću alata Moqups

4.5. Analiza isplativosti implementacije sustava Salesforce u neprofitnoj udruzi „Svijet mladih“

Implementacija sustava za upravljanje korisnicima u navedenoj udruzi riješila je korisničke zahtjeve i značajno olakšala rad udruge. Stvorena je prilagođena aplikacija “Svijet mladih” koja integrira standardne i prilagođene objekte za pohranu svakodnevnih podataka. Aplikacija je, zajedno sa svim svojim elementima, prevedena na hrvatski jezik. Uz aplikaciju stvoren je i

funkcionalni korisnički portal na kojem registrirani i neregistrirani korisnici mogu pronaći sve potrebne informacije o radu udruge i prijaviti se na radionice.

Komunikacija sa svim sudionicima, volonterima i donatorima je postala brža jer su sve adrese e-pošte i sva komunikacija pohranjene na jednom mjestu. Donatorima se automatski šalje poruka zahvale za svaku uplaćenu donaciju. Analitički alati, poput izvještaja i nadzornih ploča, korišteni su za prikazivanje svakodnevno ažuriranih podataka. U financijskim izvještajima prikazan je ukupan iznos donacija te su donacijama dodijeljeni statusi kako bi se lakše računao i planirao budžet.

Aplikacija i korisničko sučelje omogućuju učinkovito koordiniranje novim projektima, informiranje volontera i sudionika te praćenje svih prijava. Jedinствена база података u kojoj su pohranjeni svi potrebni povijesni i novi podaci. Svakodnevno dijeljenje podataka osigurava transparentnost i bolju komunikaciju. Bolja organizacija poslovanja omogućava lakše praćenje svih radionica, prijava, volontera i aktivnosti. Prilagođeni kalendari prikazuju sve događaje koje je korisnik zabilježio u svoj kalendar, a lista zadataka prikazuje sve obveze što korisnik mora obaviti.

S druge strane, ovakva implementacija zahtjeva visoka financijska ulaganja. Salesforce paket za neprofitne organizacije i licenca koja bi ostvarila ove potrebe iznosi 300 američkih dolara mjesečno po korisniku. Udruga Svijet mladih ima šest korisnika te bi njihovi mjesečni troškovi licenci iznosili 1 800 američkih dolara. Licenca uključuje sve alate i stavke “Salesforce Unlimited Edition”, zatim umjetnu inteligenciju “Einstein AI”, “Data Cloud” i “Experience Cloud” te još dodatne pakete i alate. Također, implementacija zahtjeva financijske i vremenske troškove, a bitno je uračunati i vrijeme potrebno na održavanje samog sustava. (Salesforce for Nonprofit)

5. ZAKLJUČAK

Implementacija aplikacije Svijet mladih u Salesforce okruženju pokazala je kako se moderne tehnologije mogu iskoristiti za unapređenje poslovanja neprofitnih organizacija. Kroz pažljivo planiranje i izvedbu, aplikacija je dizajnirana da zadovolji specifične potrebe organizacije. Sadrži objekte i komponente za učinkovito upravljanje odnosima s volonterima i sudionicima, praćenje donacija i donatora te organizacija projekata i radionica. Podaci su centralizirani i pohranjeni u obliku izvještaja i nadzornih ploča kako bi se svakodnevno imao uvid u aktivnosti. Olakšan je postupak planiranja budućih aktivnosti, a samim time i ostvarenje dugoročnih ciljeva. Korisničko sučelje namijenjeno vanjskim korisnicima, omogućuje lakšu suradnju i bolju organizaciju zajednice volontera i sudionika. Sve navedene funkcionalnosti čine aplikaciju ključnim alatom u ostvarivanju misije i vizije organizacije. Osigurani su potrebni resursi za održavanje dugoročnog društvenog utjecaja i uspješnog rada.

Za potrebe ovog rada istražena je tema neprofitnog sektora, koji je vrlo značajan za cijelu zajednicu jer nastoji ispuniti društvene, humanitarne, ekološke i brojne druge ciljeve za koje profitni sektor nema interesa. Tijekom svojeg postojanja organizacije se suočavaju s brojnim izazovima poput prikupljanja financijskih sredstava, privlačenjem novih volontera i organiziranja novih projekata. Svaka organizacija određuje vlastite ciljeve i svrhu koji su zapisani u Statutu. Postavljeni ciljevi su razlog njenog postojanja, a glavni alat za ostvarivanje su financijska sredstva i volonteri. Implementacija sustava za upravljanje korisnicima bitan je korak prema digitalizaciji neprofitnog sektora. Svaka neprofitna organizacija je usmjerena na ljude, a ovakvi sustavi su dizajnirani kako bi učinkovito upravljali njihovim podacima. Tijekom postojanja organizacije, sudionici i članovi se stalno mijenjaju, a sustavi omogućuju kvalitetno pohranjivanje podataka svih sadašnjih, prošlih i budućih sudionika. Analiziranjem njihovih interesa moguće je bolje razumjeti kakve projekte je potrebno organizirati kako bi privukli veći broj sudionika. Pomoću korisničkog portala podaci su transparentni te sudionici mogu vidjeti sve što im je potrebno.

Aplikacija Svijet mladih integrira različite funkcionalnosti poput upravljanja članstvom, prikupljanja donacija, organiziranjem projekata i generiranja izvještaja. Omogućuje upravljanje podacima o sudionicima i volonterima, odnosno praćenje njihovih prijava i aktivnosti. Tijekom stvaranja aplikacije korišteni su standardni i prilagođeni objekti kojima se aplikacija potpuno prilagodila korisnikovim željama. Članovi organizacije mogu u stvarnom vremenu pratiti sve potrebne podatke kako bi lakše planirali buduće aktivnosti organizacije.

Korisnički portal olakšava sudionicima brže i lakše prijavljivanje na radionice i komuniciranje s članovima udruge.

Svaka organizacija, ovisno o svojim potrebama i mogućnostima, može imati koristi od Salesforce-ovih rješenja. Jedno od rješenja je Salesforce-ov paket za neprofitne organizacije olakšava aktivnosti svake neprofitne organizacije i nudi gotova rješenja za njihove potrebe.

POPIS KORIŠTENIH IZVORA

1. Alfirević, N. (2013.) *Osnove marketinga i menadžmenta neprofitnih organizacija*. Zagreb: Školska knjiga.
2. Anderson, K. i Kerr C. (2002.) *Customer Relationship Management*. Prvo izdanje: McGraw-Hill.
3. Artry, J., & Artry, J. (2024.). 12 Benefits of CRM Software Every Business should know. Dostupno na: <https://tech.co/crm-software/benefits-of-crm> [4.5.2024.]
4. Bedeković, M., Krizmanić, I., i Kadlec, Ž. (2021) Osvrt na analizu poslovanja neprofitne organizacije. *Obrazovanje za poduzetništvo-E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 11(1), 125-142.
5. Benioff, M. i Adler, C. (2009.) *Behind The Cloud: The untold story of how salesforce.com went from idea to billion-dollar company and revolutionized an industry*. San Francisco: JosseyBass.
6. Bosilj Vukšić, V., Ćurko, K., Jaković, B., Milanović Glavan, Lj., Pejić Bach, M., Pivar, J., Spremić, M., Stjepić, A. M., Strugar, I., Varga, M., Vlahović, N., Srića, V., Suša Vugec, D., Zoroja, J. (2020.) *Osnove poslovne informatike*. Zagreb: Ekonomski fakultet.
7. Burns, R. (2022.). 3 Types of CRM Software: Which is right for your Business? ActiveCampaign. Dostupno na: <https://www.activecampaign.com/blog/types-of-crm> [27.4.2024.]
8. Buttle, F. i Maklan, S. (2015.) *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*. Treće izdanje. Ujedinjeno Kraljevstvo: Routledge.

9. Chaudhary, A. (2023.). Introductions to service cloud. Apex Hours. Dostupno na: <https://www.apexhours.com/introductions-to-service-cloud/> [19.7.2024.]
10. CiviMobile (2024.). 6 reasons for using CRM if you are a Nonprofit or NG. CiviMobile - a Mobile Application for CiviCRM. Dostupno na: <https://civimobile.org/6-reasons-for-using-crm-if-you-are-a-nonprofit-or-non-governmental-organization/> [21.4.2024.]
11. CloudFiles. What is Salesforce Experience Cloud? Everything you need to know! Dostupno na: <https://www.cloudfiles.io/blog/salesforce-experience-cloud-everything-you-need-to-know> [21.4.2024.]
12. CRM - Types. Tutotialspoints. Dostupno na: https://www.tutorialspoint.com/customer_relationship_management/crm_types.htm [27.4.2024.]
13. Cyntexa (2023.). Top 8 Reasons Why Salesforce is the Best CRM Over Others. Dostupno na: <https://cyntexa.com/blog/why-should-businesses-choose-salesforce-crm-over-others/> [17.7.2024.]
14. Dangwal, N., & Dangwal, N. (2023.). What is Salesforce Service Cloud? All you need to know. Cynoteck. Dostupno na: <https://cynoteck.com/blog-post/what-is-salesforce-service-cloud-all-you-need-to-know/> [19.7.2024.]
15. Dempsey, M. (2023.). What are the Types of CRM? *Pipeline CRM*. Dostupno na: <https://pipelinecrm.com/blog/what-are-the-types-of-crm/> [28.4.2024.]
16. Deshpande, I. (2023.). What is Customer Relationship Management (CRM)? Tools, types, strategy, benefits & features. Spiceworks Inc. Dostupno na: <https://www.spiceworks.com/marketing/crm-marketing/articles/what-is-customer-relationship-management-crm/> [27.4.2024.]

17. Enaohwo, O. M. (2024.). 10 Key benefits of CRM And Why You Should Use them. SweetProcess. Dostupno na: <https://www.sweetprocess.com/10-key-benefits-of-crm-and-why-you-should-use-them/> [4.5.2024.]
18. Garton, R. (2024.). An Admin's Guide to Salesforce Omni-Channel. Salesforce Ben. Dostupno na: <https://www.salesforceben.com/salesforce-omni-channel/> [20.7.2024.]
19. Garton, R. (2023.). Sales Cloud vs. Service Cloud – What Are the Differences? Salesforce Ben. Dostupno na: <https://www.salesforceben.com/sales-cloud-vs-service-cloud/> [5.5.2024.]
20. Gilbert, N. (2024.). What services does Salesforce offer? Salesforce offers CRM-based functionalities for business processes rangin. Dostupno na: <https://financesonline.com/top-10-salesforce-products-reviews-of-the-most-popular-salesforce-services/> [23.4.2024.]
21. Help and training community. Salesforce Help. Dostupno na: <https://help.salesforce.com/s/> [20.4.2024.]
22. JavatPoint. Salesforce Tutorial. Dostupno na: <https://www.javatpoint.com/salesforce> [23.4.2024.]
23. Kristoffersen, L., i Singh, S. (2004) Successful application of a customer relationship management program in a nonprofit organization. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 12(2), 28-42.

24. Kumar, V. i Reinartz, W. (2006.) *Customer Relationship Management: Concept, Strategy and Tools*. Treće izdanje. Njemačka: John Wiley and Sons.
25. Marić, I. (2018.) *Menadžment neprofitnih organizacija*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.
26. Merel, M., Dukić, B. (2007.) *Upravljanje odnosima – od potrošača do klijenta (CRM)*. Osijek: Knjižnica Ekonomskog fakulteta u Osijeku.
27. Narodne novine (2023.) Zakon o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija. Zagreb: Narodne novine d.d., 121/14, 114/22.
28. Narodne novine (2023.) Zakon o udrugama. Zagreb: Narodne novine d.d., 74/14, 70/17, 98/19, 151/22.
29. Nepal R. (2023.) How CRM softwares (Salesforce) are changing our economy and what to improve in the future? *International Journal of Advance Research, Ideas and Innovations in Technology*, 9(1), 8
30. Payne A. (2005.) *Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management*. Ujedinjeno Kraljevstvo: Routledge.
31. Pejić Bach, M., Varga, M., Srića, V., Spremić, M., Bosilj Vukšić, V., Čurko, K., ... Jaković, B. (2016.) *Informacijski sustavi u poslovanju*. Zagreb: Ekonomski fakultet
32. RingCentral Team (2021.). What is Marketing Cloud - Definition, Features & Benefits | RingCentral UK. Dostupno na: <https://www.ringcentral.com/gb/en/blog/definitions/marketing-cloud/> [20.7.20234.]

33. R, S. K. (2023.). Challenges in customer relationship management. Dostupno na: <https://www.linkedin.com/pulse/challenges-customer-relationship-management-subham-kumar-rai/> [11.5.2024.]
34. Salesforce for nonprofits. Salesforce. Dostupno na: <https://www.salesforce.com/nonprofit/> [21.7.2024.]
35. Salesforce Trailhead. Prepare for Your Salesforce Administrator Credential. TrailMix: Salesforce trailhead. Dostupno na: <https://trailhead.salesforce.com/users/strailhead/trailmixes/prepare-for-your-salesforce-administrator-credential> [20.4.2024.]
36. Salesforce Trailhead. Experience Cloud Basics. Dostupno na: https://trailhead.salesforce.com/content/learn/modules/community_cloud_basics/communities_intro_to_community_cloud [21.4.2024.]
37. Salesforce Trailhead. Explore Salesforce for Nonprofits Products and Features. Dostupno na: <https://trailhead.salesforce.com/content/learn/modules/nonprofit-cloud-basics/relationships-matter-people-and-data> [21.4.2024.]
38. Salesforce, Manage your Entire Mission with Nonprofit Cloud. Dostupno na: <https://www.salesforce.com/solutions/industries/nonprofit/overview/> [21.4.2024.]
39. Salesforce App Exchange. Salesforce AppExchange, Leading Enterprise cloud Marketplace, Nonprofit Apps. Dostupno na: <https://appexchange.salesforce.com/mktcollections/industry-collections/nonprofits> [23.4.2024.]

40. Severović, K., Martišković, Ž., & Horžin, A. (2012) Upravljanje odnosima s klijentima i kvaliteta usluga. *Zbornik Veleučilišta u Karlovcu*, 2(1), 113-123.
41. Sherrer, K. (2024.). Top CRM Challenges & Strategies for overcoming them. TechnologyAdvice. Dostupno na: <https://technologyadvice.com/blog/sales/challenges-of-crm/> [4.5.2024.]
42. Sneha, M.S. i Krishna Prasad, K. (2018.) Analysis of Business Strategies of Salesforce.com Inc. *International Journal of Case Studies in Business, IT and Education*. 2(1), 37-44.
43. Simplilearn (2024.). What is Salesforce Marketing Cloud? Key Components and Benefits. Simplilearn.com. Dostupno na: <https://www.simplilearn.com/salesforce-marketing-cloud-article>
44. Simplilearn. (2024.). What is Salesforce? The Ultimate Guide for 2024. Simplilearn.com. Dostupno na: <https://www.simplilearn.com/what-is-salesforce-article> [21.4.2024.]
45. Skyward Techno Solutions Pvt. Ltd. (2023). 12 Advantages of using CRM. Dostupno na: <https://www.linkedin.com/pulse/12-advantages-using-crm-skyward-techno-solutions-pvt-ltd-/> [4.5.2024.]
46. Spremić, M. (2017.) *Sigurnost i revizija informacijskih sustava u okruženju digitalne ekonomije*. Zagreb: Ekonomski fakultet.
47. SuperOffice. (2023.). The 3 biggest CRM challenges (and how to overcome them). Dostupno na: <https://www.superoffice.com/blog/crm-challenges/> [5.5.2024.]

48. The 6 biggest benefits of CRM. Salesforce. Dostupno na: <https://www.salesforce.com/ap/resources/articles/benefits-of-crm/> [6.5.2024.]
49. Types of CRM software and which to choose. Mailchimp. Dostupno na: <https://mailchimp.com/resources/types-of-crm-software/> [28.4.2024.]
50. What is CRM? A guide to CRM software types, benefits, and features. (2023). Shopify. Dostupno na: <https://www.shopify.com/blog/crm> [4.5.2024.]
51. 10 common CRM problems and how to fix them. (2022.). Zendesk. Dostupno na: <https://www.zendesk.com/blog/10-common-crm-problems-fix/> [5.5.2024.]
52. 123FormBuilder (2024.). 50+ Salesforce Statistics (2023.). 123FormBuilder Blog. Dostupno na: <https://www.123formbuilder.com/blog/salesforce-statistics/> [4.5.2024.]

POPIS SLIKA

| | |
|---|----|
| Slika 1 Prihodi prema vrsti proizvoda | 12 |
| Slika 2 Službeni logo organizacije Svijet mladih..... | 16 |
| Slika 3 Hijerarhijska podjela unutar organizacije Svijet mladih..... | 19 |
| Slika 4 Prikaz Postavka i Aplikacije Salesforce-a | 22 |
| Slika 5 Prikaz sučelja Experience Cloud-a | 23 |
| Slika 6 Prikaz stvaranja aplikacije..... | 24 |
| Slika 7 Prikaz modela podataka | 25 |
| Slika 8 Prikaz modela podataka u Salesforce alatu za prikazivanje modela podataka | 26 |
| Slika 9 Prikaz polja pretraga odnosa na objektu Donacija | 28 |
| Slika 10 Prikaz formula polja za računanje datuma isteka članarine | 29 |
| Slika 11 Prikaz pravila valjanosti na objektu Projekt..... | 29 |
| Slika 12 Prikaz različitih zapisa podataka i pripadajućih rasporeda stranice | 30 |
| Slika 13 Prikaz rasporeda polja..... | 31 |
| Slika 14 Prikaz ovisnosti vrijednosti polja | 32 |
| Slika 15 Prikaz unesenih prijevoda na radnoj ploči prijevoda..... | 32 |
| Slika 16 Prikaz poruke i uputa za registraciju..... | 33 |
| Slika 17 Prikaz uloga unutar Salesforce aplikacije | 34 |
| Slika 18 Prikaz elemenata tijeka za preimenovanje prijava | 35 |
| Slika 19 Prikaz tijeka za automatsko slanje poruka zahvale | 36 |
| Slika 20 Poruka zahvale..... | 36 |
| Slika 21 Prikaz ekranskog tijeka za upis nove donacije | 37 |
| Slika 22 Naslovna stranica aplikacije Svijet mladih | 38 |
| Slika 23 Prikaz popisnog pregleda i korištenih filtera..... | 39 |
| Slika 24 Prikaz kalendara koji prikazuje raspored radionica..... | 40 |
| Slika 25 Prikaz aktivnosti koje se mogu obaviti s računa | 40 |
| Slika 26 Prikaz poruke..... | 41 |
| Slika 27 Prikaz unosa podataka i spajanja naziva polja | 42 |
| Slika 28 Prikaz alata za izradu izvještaja..... | 43 |
| Slika 29 Nadzorna ploča na naslovnoj stranici | 44 |
| Slika 30 Nadzorna ploča za prikaz poslovanja udruge..... | 45 |
| Slika 31 Popis stranica korisničkog sučelja | 46 |
| Slika 32 Graditelj unutar Experience Cloud-a | 47 |

| | |
|---|----|
| Slika 33 Početna stranica | 48 |
| Slika 34 Kreiranje upita unutar korisničkog sučelja | 49 |
| Slika 35 Stranica O nama..... | 49 |
| Slika 36 Prikaz tijeka za dolazak do početne stranice | 50 |
| Slika 37 Komponenta za prijavu u aplikaciju | 51 |
| Slika 38 Komponenta za registraciju..... | 52 |
| Slika 39 Stranica Moj profil..... | 52 |
| Slika 40 Skica stranice Događaja | 53 |

ŽIVOTOPIS

Osobni podaci

Ime i prezime: Lucija Čavlina

Adresa: Ulica grada Chicaga 7, 10 000 Zagreb

Datum rođenja: 18.9.2000.

Mjesto rođenja: Zagreb, Hrvatska

E-mail: lucijacavlina@gmail.com

Radno iskustvo

Lipanj 2023. – Tehnički konzultant LeverUP Consulting OÜ

Obrazovanje i osposobljavanje

Rujan 2015. – svibanj 2019. IV. Gimnazija

Rujan 2019. – Ekonomski fakultet u Zagrebu (smjer Menadžerska informatika)

Jezične vještine

Materinski jezik: hrvatski jezik

Drugi jezici:

Engleski

- SLUŠANJE C1
- ČITANJE C1
- PISANJE C1
- GOVORNA PRODUKCIJA C1
- GOVORNA INTERAKCIJA C1

Njemački

- SLUŠANJE A2
- ČITANJE A2
- PISANJE A2
- GOVORNA PRODUKCIJA A2
- GOVORNA INTERAKCIJA A2

Talijanski

- SLUŠANJE A1
- ČITANJE A1
- PISANJE A1
- GOVORNA PRODUKCIJA A1
- GOVORNA INTERAKCIJA A1