

CRM – СИСТЕМА, КАК СПОСОБ АВТОМАТИЗАЦИИ РАБОТЫ С КЛИЕНТОМ

В.В. Горбунова

Научный руководитель: А.И. Фех
Томский политехнический университет
E-mail: vvg33@tpu.ru

Введение

В современном мире высокая конкуренция в сфере бизнеса заставляет компании искать новые способы повышения эффективности продаж и удержания клиентов. Поэтому стоит упомянуть CRM – систему, которая на рынке приобретает все большую и большую популярность. Это система управления взаимоотношениями с клиентами, которая представляет собой программное обеспечение, позволяющее предприятию автоматизировать стратегии взаимодействия с клиентами, что непосредственно направлено на повышение уровня продаж, а также на увеличение клиентской базы.

Эта модель взаимодействия, теория которой основана на том, что центром является клиент, а главная задача компании – обеспечение их эффективного обслуживания.

На рынке в настоящее время представлено множество различных CRM – систем, благодаря чему компания может выбрать именно ту, которая подходит им.



Рис. 1. Что такое CRM – система?

Устройство и принципы работы

Работа данной системы основывается на сохранении информации о клиентах, их контактах, также история покупок и платежей. Это позволяет лучше управлять продажами, анализировать работу с клиентами и улучшать ее, систематизировать все полученные данные и сэкономить время сотрудника с целью эффективности дальнейшей работы.

Процесс взаимодействия с потребителем состоит из многих задач, которые можно распределить в три группы. Они образуют базовые процессы, которые возникают при работе с клиентом.

Это маркетинг (автоматизация работы с клиентами, укрепление клиентской базы, исследование требований рынка и анализ), продажи (клиент должен получить свой заказ вовремя и с необходимым качеством) и обслуживание (планирование доставки, обратная связь с клиентами, ошибки и предложения).

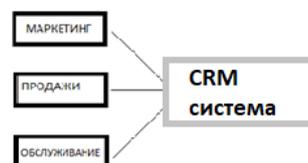


Рис. 2. Группы задач, возникающие при работе с клиентом

Соответственно, CRM – системы позволяют решать эти задачи. В результате проделанной работы по трем группам, система представляет отчет, который поможет выявить и устранить проблемы, возникающие по ходу работы и улучшить качество обслуживания, а также проследить за эффективностью предприятия и каждого сотрудника в отдельности.

Рассмотрим в качестве примера CRM-систему «Мегаплан». Человек задается вопросом «Где я могу использовать данную систему?», и возможные варианты уже представлены на сайте: в сфере продаж, производства, медицины и даже в фитнес-клубе. «Мегаплан» позволяет решать большое количество задач, что и определяет CRM-систему. Хранение информации о клиентах с целью лучшего понимания их потребностей и увеличения лояльности, контроль всех сделок и счетов, возможность выставлять счета, распределение задач и др. Также есть возможность протестировать систему в течение 2 недель бесплатно, но в дальнейшем есть несколько тарифов. Цены рознятся от 549 рублей за 1 пользователя до 1400 рублей.



Рис. 3. «Мегаплан» - CRM-система

Статистика

Если обратиться к статистике, то можно узнать, что по данным исследования портала «Практика CRM» от 2018 года использование CRM – систем позволило:

1. Сократить временные затраты на операционную деятельность на 20-30%
2. Повысить эффективность внедрения новых товаров и услуг на 30%
3. Сократить уход клиентов на 50-100%
4. Сократить стоимость активного привлечения клиентов на 15-20%.



Рис. 4. Эффект от внедрения CRM

Это позволяет понять, что появление CRM – систем положительно сказалось на рынке. Согласно рейтингу 2019 года одними из самых популярных и востребованных CRM – систем являются «Мегаплан», «Простой бизнес», «Битрикс 24», «Sales Creatio» и другие.



Рис. 5. Логотипы наиболее востребованных систем

Преимущества и недостатки

CRM – системы пользуются большим спросом на рынке. Это можно объяснить рядом преимуществ, которые они имеют:

1. Хронологическая история работы по каждому клиенту позволяет систематизировать данные.
2. Автоматизация рабочих процессов, благодаря напоминаниям программы и объединению всех каналов коммуникации.
3. Аналитическая работа, которая помогает устранить недочеты в работе, выявить слабые и проблемные места.
4. Данные системы позволяют работать с уже имеющимися клиентами, что значительно сокращает затраты предприятия (на поиск новых клиентов).

Но, как и у любой системы, у CRM – систем есть недостатки. Внедряя данную систему в предприятие, следует понимать:

1. Стоимость доступа к такой системе очень высокая. И чем больше сотрудников, тем больше будет стоить CRM- система.
2. Человеческий фактор. Не все люди способны быстро переключаться с традиционного способа работы на данные системы. Также следует учитывать, что программа позволяет сразу выявить людей, которые недостаточно ответственно подходят к своей работе. Поэтому каждый будет обязан делать свою работу на максимум. Это может вызвать неприятие со стороны менеджеров, для которых обзванивание клиентов может быть, как поводом для отдыха.
3. Само наличие данной системы не определяет успешность компании. Организация

изначально должна конкретизировать цель использования системы и внедрять её поэтапно.

Заключение

Таким образом, CRM – система – это программа, которая, несомненно, помогает в развитии бизнеса. Благодаря ей предприятие уже ознакомлено с информацией об их целевой аудитории. Но следует учитывать озвученные ранее недостатки и быть готовым решать возникающие проблемы.

При выборе подходящей CRM – системы компании нужно ориентироваться на эффективность той или иной программы, а также проводить мероприятия, которые будут способствовать успешному внедрению данной системы в постоянно пользование. От правильного подхода к представлению CRM – системы организации будет зависеть, насколько она поможет оптимизировать работу персонала.

Повышение эффективности продаж, укрепление постоянной клиентской базы и улучшение качества работы с потребителями, - всё это способствует расширению и развитию бизнеса.

Список использованной литературы

1. Работа в CRM-системе: что это, как и для чего // salesap.ru URL: <https://clck.ru/KmeF2> (дата обращения: 06.12.2019).
2. Отчеты и аналитика в CRM-системе // salesap.ru URL: <https://salesap.ru/funktsii-crm/analitika-v-crm-programme/>(дата обращения: 06.12.2019).
3. ТОП-10 лучших CRM систем для бизнеса — рейтинг 2019 // Бизнес Идея URL: <https://bisnesideya.ru/podborki/top-10-crm-sistem-dlya-biznesa.html> (дата обращения: 06.12.2019)
4. РЕЙТИНГ CRM-СИСТЕМ 2019 // CRM index URL: <https://crmindex.ru/products> (дата обращения: 06.12.2019).
5. Преимущества CRM-систем и их недостатки // S2 URL: <https://salesap.ru/blog/preimushestva-crm-sistemy/> (дата обращения: 06.12.2019).
6. Казакова А.Н., Файзуллина А.Г. КОНЦЕПЦИЯ CRM И CRM СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ // Символ науки. 2016.
7. Фомкина Е.С., Долгова Т.Г. ПРАКТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ CRM-ТЕХНОЛОГИЙ // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2014.
Sales Creatio URL: <https://www.terrasoft.ru/sales> (дата обращения: 19.12.2019).
Мегаплан URL: <https://megaplan.ru/> (дата обращения: 19.12.2019).
8. Битрикс24
URL: https://www.bitrix24.ru/features/landing/free_crm_system/?gclid=CjwKCAiA_HvBRACEiwAbViuU266tvM_XsxnHWeTom5aMEYbsjCv-15soI5vDiR_r_fGCQr1SVSpqRoCYKIQAvd_BwE (дата обращения: 19.12.2019).