

18 июня 2024

6 лайфхаков для быстрого и экономичного внедрения CRM-системы

ЗАЧЕМ БИЗНЕСУ НУЖНА CRM-СИСТЕМА?

Современные CRM-системы позволяют выявлять и устранять недочеты в работе компании, мешающие достигать целевых показателей, а также масштабировать бизнес и оптимизировать бизнес-процессы. С помощью CRM можно повышать прибыль компании за счет роста первичных и повторных продаж, а также за счет повышения качества обслуживания. Например, после того как мы запустили CRM в компании, которая занимается поставками сложного оборудования, ее продажи выросли на 30%, а время на анализ сервисных заявок сократилось в 4 раза. Другой наш клиент – сервисная компания – после внедрения CRM стала получать готовые отчеты за несколько минут, в то время как раньше для этого требовалось один-два дня.

Мы создаем индивидуальные решения на базе различных CRM-систем более 15 лет, поэтому точно знаем, что каждая компания заинтересована в том, чтобы пользователи максимально быстро начали работать с системой. Чем быстрее сотрудники начнут использовать этот инструмент, тем скорее в компании появится консолидированная клиентская база. Кроме этого, станет легче контролировать действия сотрудников и работать с их эффективностью,



а грамотно выстроенные с помощью CRM-системы процессы позволят быстрее окупить затраты на ее внедрение.

ЭТАПЫ ВНЕДРЕНИЯ CRM-СИСТЕМЫ

Процесс внедрения CRM-системы — комплексный и многоэтапный. Чтобы он прошёл максимально эффективно и его ключевые цели были достигнуты, требуется понимать, какие задачи и действия нужно выполнить на каждом этапе. Разумеется, существуют разные нюансы, которые следует учитывать в зависимости от особенностей CRM-решения и от целей компании. Здесь мы приведём общую последовательность, которую рекомендуем соблюдать:

- Определение целей внедрения CRM-системы;
- Анализ и оптимизация бизнес-процессов в компании;
- Выбор подходящей платформы;
- Оценка работ и выбор подрядчика;
- Формализация требований к системе;
- Настройка и доработка платформы;
- Тестирование и отладка CRM-системы;
- Подготовка инструкций и обучение сотрудников;
- Опытно-промышленная эксплуатация;
- Оценка эффективности CRM-системы после внедрения;
- Поддержка CRM-системы.

Первые четыре пункта являются подготовительными. По нашему опыту, чем качественнее они выполнены, тем больше шансов, что проект будет реализован успешно. Ниже расскажем о том, на какие ещё моменты в процессе внедрения стоит обратить внимание, чтобы получить желаемый результат за разумные деньги.

КАК ОПТИМИЗИРОВАТЬ ВНЕДРЕНИЕ CRM-СИСТЕМЫ?

Для того, чтобы внедрение CRM-системы прошло эффективно и принесло положительную отдачу от автоматизации, предлагаем следовать следующим рекомендациям.

СФОРМУЛИРУЙТЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВНЕДРЕНИЯ CRM-СИСТЕМЫ, ОПРЕДЕЛИТЕ КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ

До начала внедрения CRM важно определить цели и задачи проекта. Сформулированная цель должна однозначно отражать, что именно должно быть достигнуто и каким образом можно будет оценить успешность внедрения CRM-системы. Для качественной проработки цели декомпозируйте основную цель проекта на подцели. Далее сформируйте задачи для каждой подцели выделив основные шаги и действия, выполнив которые, будут достигнуты подцели и ключевая цель проекта.

Как только цель проекта установлена, определите ключевые метрики, которые будут использоваться в CRM-системе для измерения результативности и станут ориентирами для отслеживания прогресса и успешности развития проекта. Установив ключевые метрики заранее, команда сможет оперативно отслеживать производительность, быстро реагировать на проблемы и, в итоге, добиваться лучших результатов.

ВЫБИРАЙТЕ ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ CRM-СИСТЕМУ С ГИБКИМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ НАСТРОЙКИ (LOW-CODE)

Проведите тщательный анализ потребностей вашей компании и подберите подходящую CRM-систему, которая будет соответствовать бизнес-целям и задачам вашей отрасли. Наиболее эффективными CRM-системам на российском рынке можно назвать такие low-code платформы как BPMSoft, Битрикс24 CRM, ELMA365, Amber и др., главным преимуществом которых являются встроенные механизмы и готовые инструменты настройки, позволяющие в короткие сроки «положить» бизнес-требования на систему и упростить процесс внедрения, снизив затраты на разработку. Такие CRM-платформы обладают удобным, функциональным и уникальным интерфейсом, что дает каждому пользователю возможностью эффективно работать с системой и выполнять поставленные задачи.

Еще одним преимуществом этих систем при внедрении можно считать упрощенный процесс разработки, который позволяет создать новые, индивидуальные функции в CRM, закрывающие потребности сотрудников, учитывая специфику бизнес-процессов. Также, при правильном проектировании функциональных требований к low-code платформе, вы сможете гибко управлять процессом изменений и оперативно вносить корректировки в ранее реализованные процессы под новые требования бизнеса в быстро меняющихся условиях.

Таким образом внедрение CRM-системы на low-code технологиях выполняются быстрее и с меньшими затратами, что делает их более привлекательными.

ВЫДЕЛИТЕ ОТВЕТСТВЕННУЮ ФОКУС-ГРУППУ И ОПРЕДЕЛИТЕ ЗОНЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Чтобы ускорить процесс внедрения CRM-системы, повысить качество бизнес-требований к будущей системе и обеспечить успешный запуск проекта, сформируйте фокус-группу из внутренних экспертов, ответственных за ключевые бизнес-процессы, которые подлежат автоматизации.

Для каждого участника фокус-группы определите зону ответственности участия в проекте и обозначьте основные задачи и ожидания. Важным фактором, влияющим на эффективность работы в проекте, является

обеспечение участника временем на выполнение проектных задач, разграничив их с обычными должностными обязанностями.

Обратитесь к опытным внешним специалистам, которые помогут проработать архитектуру системы, правильно сформировать требования к внедряемой CRM-системе, выполнить ее настройку и интегрировать CRM с другими системами компании.

Назначьте фасилитатора – человека, который будет организовывать, направлять и курировать работу фокус-группы, поможет ей выстроить эффективное взаимодействие с командой исполнителя. Ключевая задача фасилитатора при внедрении CRM – выстроить рабочий процесс таким образом, чтобы каждый участник проекта чувствовал себя комфортно, был услышан и мог эффективно выполнять свои задачи.

ВЫПОЛНИТЕ ДЕКОМПОЗИЦИЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ И ПОРАБОТАЙТЕ НАД MVP CRM-СИСТЕМЫ

Как правило, многие компании хотят получить «все и сразу» и предоставить пользователям готовый инструмент, максимально охватывающий все бизнес-процессы. Но такой подход не только не позволит прийти к поставленной цели проекта, но и может привести к тому, что реализованная в системе функциональность не будет удовлетворять ключевые потребности бизнеса.

Поэтому, для успешной реализации проекта по внедрению CRM-системы выполните декомпозицию бизнес-процессов и сформируйте перечень ключевых задач, которые войдут в MVP-версию CRM-системы (Minimum Viable Product, минимально жизнеспособный продукт). Декомпозиция бизнес-процессов поможет разбить сложные задачи на более мелкие и управляемые части, что упростит процесс внедрения и повысит шансы на успех проекта.

Определение MVP позволит сконцентрироваться на основных функциях CRM-системы, необходимых для начала работы, а затем поэтапно дополнять и улучшать систему, опираясь на обратную связь от пользователей.

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ГОТОВЫЕ ДОПОЛНЕНИЯ К CRM-СИСТЕМЕ

Ускорить процесс внедрения и сэкономить позволит приобретение готовых дополнений к CRM-системе: бизнес-приложений, коннекторов и отраслевых решений, которые разрабатывают системные интеграторы. Любое дополнение к CRM-системе является готовым программным продуктом, функциональность которого направлена на решение конкретных бизнес- или системных задач. Стоимость готовых дополнений существенно ниже, чем их создание с нуля, так как они пользуются спросом, а окупаемость затрат на их разработку для интегратора обеспечивается за счет большого количества продаж. Простая установка дополнений в CRM-системе и наличие инструкций позволяют в короткие сроки получить новую функциональность и

расширить возможности пользователей, работающих в CRM-системе полезными инструментами.

Например, у нас сформирована R&D-команда, которая занимается разработкой и выпуском востребованных программных продуктов для CRM-системы BPMSoft. Создание таких продуктов осуществляется на основе реальных кейсов, с которыми сталкиваются компании. Обратная связь, полученная от них по приобретенным дополнениям, позволяет нам отслеживать потребности пользователей, выпускать новые версии продуктов, расширяя их базовые возможности актуальными функциями и создавать новые продукты.

МОТИВИРУЙТЕ СОТРУДНИКОВ ИСПОЛЬЗОВАТЬ НОВУЮ CRM-СИСТЕМУ

Стимулируйте пользователей, чтобы обеспечить их активное участие и максимальную эффективность использования системы. Повышение мотивации сотрудников способствует улучшению качества данных, которые они заносят в систему, увеличению продуктивности и повышению уровня обслуживания клиентов, и в итоге – достижению поставленных бизнес-целей.

ЭКСПЛУАТАЦИЯ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ CRM-СИСТЕМЫ ПОСЛЕ ВНЕДРЕНИЯ

Начиная с запуска CRM-системы (этап опытно-промышленной эксплуатации), проект внедрения переходит в заключительную фазу. После успешного начала её работы мы рекомендуем проверить, были ли достигнуты цели внедрения, а также сформировать план по оценке выполнения определённых заранее критериев. Например, выросла ли эффективность сотрудников, выросла ли клиентская база и количество повторных продаж, за счет сокращения времени обслуживания клиентов и повышения уровня их лояльности, и так далее.

Какие-то результаты вы сможете увидеть уже через месяц работы, какие-то — через полгода или год, некоторые может быть интересно проследить в динамике. Также на данном этапе вы можете оценить, насколько ваши планы по внедрению совпали с фактической ситуацией (время, ресурсы), провести ретроспективный анализ и определить ключевые шаги развития новых процессов в системе.