

02 декабря 2024

ВРМ и CRM как два кита современного бизнеса

Существует точка зрения, согласно которой в условиях экономической нестабильности стратегическое планирование потеряло смысл. Однако даже в условиях «турбулентности» работать без планирования невозможно, просто бизнес стал чаще пересматривать свои планы. На примере CRM- и ВРМ-решений расскажем, какие инструменты выбирает бизнес для реализации своей стратегии и чем этот класс систем полезен в планировании.

Очевидно, что единой методологии, позволяющей компании поддерживать гибкость в планировании с помощью CRM- или ВРМ-систем не существует. Однако в любом случае бизнес использует для планирования данные из систем аналитической отчетности и именно CRM- и ВРМ-системы помогают собирать и консолидировать необходимую информацию для дальнейшей аналитической обработки в BI-системах. Собранные и структурированные данные предоставляют компаниям возможность прогнозировать события и, соответственно — более точно планировать дальнейшие действия.

В качестве иллюстрации можно привести активности, касающиеся взаимодействия с клиентами. Например, бизнес проводит маркетинговую кампанию и получает некоторое количество запросов. В данном случае CRM и ВРМ помогают собрать сведения о том, насколько успешной была кампания, сравнивать ее с предыдущими маркетинговыми активностями и на основании этого планировать дальнейшие действия (изменение ценовой политики, запуск новых промоакций и т. д).

ВРМ или CRM: стратегическое или операционное?

В большинстве случаев ключевыми инструментами для планирования выступают системы отчетности, в частности системы бизнес-аналитики (BI), а CRM и ВРМ — это «поставщики» данных для их дальнейшей обработки и анализа. При этом можно выделить два уровня планирования и наиболее подходящие инструменты для каждого из них.

1. **Стратегическое планирование.** Как правило, для стратегического планирования кроме специализированных решений используются ВРМ-системы. Например, в рамках сотрудничества с одной крупной транспортной компанией мы реализовали проект по внедрению системы планирования железнодорожных перевозок. Система позволяет учитывать множество факторов: емкость составов, расписание, задачи по сокращению простоев и минимизацию перевозок пустыми вагонами. На базе ВРМ-системы были созданы математические модели для оптимизации маршрутов, что сократило время планирования с недели до 1–2 дней. Это пример сложного, но высокоэффективного подхода к планированию.
2. **Оперативное планирование.** Для этого предпочтительны CRM-системы. С их помощью можно автоматизировать управление отделами продаж и маркетинга, контролировать выполнение KPI, прогнозировать доходы, бюджет и загрузку ресурсов. Так, в CRM-системе фиксируются плановые даты окончания текущих проектов, что помогает отделу продаж мониторить ситуацию, соблюдать дедлайны и избегать простоев.

При этом следует отметить, что в настоящее время растет спрос на универсальные решения. Все больше компаний предпочитают low-code/no-code ВРМ-платформы. Это позволяет быстро и с минимальными затратами автоматизировать бизнес-процессы. Например, в одном из проектов с

компанией, выпускающей автомобильные шины, BPM-система использовалась для автоматизации управления рецептурами производства — управления R&D-лабораторией. Получая данные из систем управления процессом сборки готовой продукции и информацию для последующего проведения тестирования специфичных характеристик продукта, BPM способствует созданию централизованного хранилища данных, исключая их дублирование, и автоматизации повторяющихся задач. Интеграция с ERP-системами, базами данных отдела качества и системами управления мастер-данными обеспечивает точность информации.

Таким образом, выбор инструментов для планирования зависит от потребностей бизнеса: для стратегического планирования применяются BI- и BPM-платформы, для оперативного — CRM-системы, а для гибкой автоматизации подходят low-code/no-code инструменты.

Найти баланс: быстрая замена системы или долгосрочные цели?

Изменение отношения бизнеса к проектам по внедрению CRM и BPM связано с несколькими ключевыми тенденциями. Прежде всего, уход с рынка многих известных зарубежных решений вынуждает компании искать отечественные аналоги и переходить на них. Этот процесс продолжается, что, в свою очередь, стимулирует развитие универсальных платформ. Так, BPM-системы становятся более востребованными, поскольку компании нуждаются в решениях, которые выходят за рамки стандартной функциональности CRM, трансформируясь в ExRM (Extended Relationship Management).

Кроме того, в условиях ухода иностранных вендоров с российского рынка компании сталкиваются с необходимостью оперативной замены критически важных систем. В подобных ситуациях часто приоритет отдается внедрению MVP (Minimum Viable Product, минимально жизнеспособного продукта),

чтобы обеспечить работоспособность бизнеса и организовать перенос накопленных данных в новую систему. Конечно, это временное решение, однако оно позволяет избежать остановки бизнес-процессов.

В данной ситуации компании стараются соблюдать баланс между оперативными и долгосрочными целями. Бизнес, как правило, сначала решает текущие проблемы, а уже затем возвращается к вопросам долгосрочного планирования. Компании осознают важность минимизации рисков в будущем, что делает, например, переход на отечественное ПО стратегической задачей, особенно в госсекторе. Использование западных решений в этом контексте сопряжено с высокими рисками и уже не рассматривается.

Также некоторые крупные компании создают уникальные программные продукты «под себя». Это позволяет максимально адаптировать ИТ-решения под свои задачи, но одновременно связано с некоторыми рисками. Ключевые из них — нехватка специалистов, способных поддерживать систему. Поэтому бизнес, имеющий возможность для планомерного импортозамещения систем, предпочитает тщательно подходить к выбору новых продуктов, учитывая их долгосрочную перспективу и возможность интеграции с существующими ИТ-решениями.

В целом можно отметить рост интереса со стороны бизнеса к BPM-системам, которые помогают объединить и автоматизировать бизнес-процессы в рамках единой платформы. Такие системы упрощают работу с данными и снижают риски, связанные с интеграцией при большом количестве систем. Более того, мы видим тенденцию, когда к существующей CRM-платформе добавляют BPM-систему для автоматизации процессов, которые не может закрыть классическая CRM. Это говорит о том, что многие компании делают акцент на стратегическое планирование и выбирают инструменты, позволяющие работать с долгосрочными бизнес-стратегиями.