

25 февраля 2022

CRM-системы (Управление взаимоотношениями с клиентами)

CRM-системы, или управление взаимоотношениями с клиентами, представляет собой стратегический подход, направленный на улучшение взаимодействия с клиентами, повышение их лояльности и увеличение продаж.

CRM-системы помогают компаниям собирать все данные о клиентах в единой базе, выстраивать омниканальную коммуникацию с клиентами, эффективно управлять работой менеджеров по продажам и сервисных инженеров, ускорять и упрощать согласование договоров, цен, спецификаций.

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ CRM-СИСТЕМ

1. Операционные CRM

Предназначены для автоматизации ключевых бизнес-процессов, связанных с продажами, маркетингом и обслуживанием клиентов. Они помогают управлять контактами, отслеживать сделки и улучшать коммуникацию с



клиентами.

Кому подходят: Эти системы идеально подходят для компаний, которые стремятся оптимизировать процессы продаж и улучшить качество обслуживания клиентов. Малый и средний бизнес, а также крупные корпорации, активно работающие с клиентами, могут извлечь максимальную пользу от операционных CRM.

2. Аналитические CRM

Фокусируются на сборе и анализе данных о клиентах. Они предоставляют инструменты для глубокого анализа поведения клиентов, выявления тенденций и прогнозирования потребностей.

Кому подходят: Компании, которые хотят принимать обоснованные решения на основе данных, найдут аналитические CRM крайне полезными. Эти системы подходят для организаций, стремящихся к персонализации маркетинговых кампаний и улучшению клиентского опыта.

3. Коллаборативные CRM

Обеспечивают интеграцию и взаимодействие между различными отделами компании. Они способствуют обмену информацией и координации усилий между отделами продаж, маркетинга и обслуживания клиентов.

Кому подходят: Эти системы подходят для организаций, где важна слаженная работа между различными подразделениями. Компании, стремящиеся к улучшению внутренней коммуникации и повышению эффективности работы, оценят преимущества коллаборативных CRM.



4. Специализированные CRM

Разработаны для определенных отраслей и учитывают их специфические потребности. Они предлагают уникальные функции, адаптированные под конкретные бизнес-процессы.

Кому подходят: Компании, работающие в узкоспециализированных сферах, таких как здравоохранение, недвижимость или образование, могут извлечь выгоду из специализированных решений. Такие CRM-системы позволяют учитывать отраслевые нюансы и обеспечивать более точное управление клиентскими отношениями.

КАКИЕ ЗАДАЧИ РЕШАЮТ CRM-СИСТЕМЫ

РАБОТА С КЛИЕНТСКОЙ БАЗОЙ

Это единое хранилище данных о клиентах. В нем можно вести и анализировать историю взаимоотношений с заказчиками, рассчитывать потенциал клиента и проводить скоринг. Управляйте контактными лицами и адресной информацией, обогащайте данные о клиентах из общедоступных

ИСТОЧНИКОВ.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

Автоматизация работы с воронкой продаж и возможность омниканальной коммуникации с клиентами в режиме единого окна. Контролируйте сроки согласования договоров и спецификаций, управляйте работой менеджеров, анализируйте показатели продаж и влияйте на них.

РАБОТА С КЛИЕНТСКИМ СЕРВИСОМ

Автоматизация на страже качества сервиса. Фиксируйте все внутренние и внешние обращения в единой системе, автоматизируйте стандартные процессы их обработки, работайте над сроком и корректностью ответов.

АВТОМАТИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА

Сквозная аналитика и маркетинговая отчётность по лидам, сделкам, рекламным каналам — всё это в один клик. Инструмент позволяет ускорить согласование документов при выводе на рынок новых продуктов, сегментировать клиентскую базу и сформировать цепочку «касаний» с потенциальными клиентами.

РОБОТИЗАЦИЯ КОНТАКТ-ЦЕНТРА

Помимо данных о клиентах CRM-система хранит единую базу знаний для операторов с вариантами решения самых частых вопросов. А возможность подключения речевой и текстовой аналитики позволяет проверять

корректность выполнения скриптов, автоматизировать поиск документов и отвечать на обращения, используя виртуальных помощников и триггерные подсказки.

РАБОТА С ПАРТНЁРАМИ

Расчет комиссионных, персональные программы мотивации для партнёров, проверка документов и отправка их на подпись — PRM повышает скорость работы менеджера за счёт автоматизации повторяющихся процессов. А еще облегчает процесс онбординга новых партнёров.

РАБОТА С ПОЛЕВЫМИ СОТРУДНИКАМИ

Оптимизируйте маршруты мерчендайзеров, торговых представителей, выездных специалистов. Увеличивайте количество встреч и контролируйте результат. Получайте новые заказы и отчёты о выполнении задания сразу же после визита. Отчётность по группам сотрудников создается автоматически.

На что обратить внимание при выборе CRM-системы

Функциональность

Важно, чтобы CRM-система соответствовала бизнес-целям компании. Что вы планируете делать с ее помощью? Завоевывать новые рынки, быстро внедрять новые продукты и сервисы, управлять производством или продажами, улучшать клиентский сервис? Платформа должна поддерживать всю требуемую функциональность без компромиссов.

Интеграции

Современные платформы содержат штатные модули интеграции. А вот уникальные бизнес-процессы, наиболее вероятно, потребуют дополнительной разработки. Определите, какие данные и из каких систем вам потребуется передавать в CRM-систему. Опытный партнер подскажет платформу, где легко и быстро реализовать максимум интеграций.

Производительность платформы

При сложных процессах, большом количестве пользователей и товарных групп, управлении несколькими филиалами понадобятся отказоустойчивые платформы масштаба Enterprise. Наоборот, для стандартных процессов и малого количества пользователей лучше выбирать недорогие простые платформы.

Размещение: локальное или в облаке

Зависит от ИТ-стратегии вашей компании. Современные технологии позволяют обеспечить необходимый уровень безопасности при любом варианте.

Масштабируемость

Обратите внимание на такие характеристики как потенциальное количество пользователей, распределение ролей и прав доступа, количество отделов, количество филиалов и подразделений, номенклатура позиций в каталоге – всё это повлияет на возможности быстрого масштабирования системы.

Совокупная стоимость владения системой

Включает стоимость лицензирования, технической поддержки CRM-системы и серверной архитектуры при локальной версии. У разных платформ стоимость владения может сильно отличаться при масштабировании — стоит рассчитать и учесть перспективы заранее.

ВНЕДРЕНИЕ CRM-СИСТЕМЫ: КЛЮЧЕВЫЕ ЭТАПЫ ДЛЯ УСПЕШНОЙ ИНТЕГРАЦИИ

1. Определение целей и задач

Первый этап внедрения CRM-системы — чёткое определение целей и задач. Необходимо понять, какие именно проблемы вы хотите решить с помощью CRM. Это может быть улучшение качества обслуживания клиентов, увеличение продаж, оптимизация маркетинговых кампаний или автоматизация рутинных процессов. Чёткое понимание целей поможет выбрать подходящую систему и разработать стратегию её внедрения.

2. Анализ бизнес-процессов

Перед тем как интегрировать CRM, важно провести анализ текущих бизнес-процессов. Это позволит выявить слабые места и определить, какие процессы требуют автоматизации. На этом этапе стоит также оценить готовность сотрудников к изменениям и определить, какие навыки им понадобятся для работы с новой системой.

3. Выбор подходящей CRM-системы

На рынке представлено множество CRM-систем с различными функциями и возможностями. При выборе стоит учитывать специфику вашего бизнеса, бюджет и технические требования. Популярные решения включают Salesforce, Bitrix24, AmoCRM и другие. Важно провести сравнительный анализ и выбрать систему, которая наилучшим образом соответствует вашим потребностям.

4. Планирование и подготовка

После выбора CRM-системы необходимо составить план её внедрения. Это включает определение сроков, распределение ролей и обязанностей, а также разработку плана обучения сотрудников. На этом этапе важно также подготовить техническую инфраструктуру и обеспечить надёжную защиту данных.

5. Настройка и интеграция

Настройка CRM-системы — это ключевой этап, который требует внимательного подхода. Необходимо адаптировать систему под нужды вашей компании, настроить необходимые модули и интеграции с другими используемыми инструментами, такими как ERP-системы или платформы для email-маркетинга.

6. Обучение сотрудников



Даже самая продвинутая CRM-система не принесёт пользы, если сотрудники не умеют ею пользоваться. Проведите обучение персонала, чтобы они могли эффективно работать с новой системой. Это может быть как внутреннее обучение, так и привлечение внешних специалистов.

7. Тестирование и запуск

Перед полным запуском системы необходимо провести тестирование, чтобы убедиться в корректности её работы. На этом этапе выявляются и исправляются возможные ошибки и недочёты. После успешного тестирования можно переходить к полному запуску CRM-системы.

8. Мониторинг и оптимизация

После внедрения CRM-системы важно регулярно отслеживать её эффективность и вносить необходимые коррективы. Это поможет адаптировать систему под изменяющиеся условия рынка и потребности бизнеса, а также выявлять новые возможности для улучшения работы с клиентами.

Внедрение CRM-системы — это сложный, но необходимый процесс для современного бизнеса. Следуя описанным этапам, вы сможете успешно интегрировать CRM в вашу компанию, повысить эффективность работы и улучшить качество обслуживания клиентов. Помните, что ключ к успешному внедрению — это чёткое планирование, обучение сотрудников и постоянная оптимизация системы.

ОБЗОР ПОПУЛЯРНЫХ CRM-СИСТЕМ ОТ РОССИЙСКИХ РАЗРАБОТЧИКОВ

1. Битрикс24

Битрикс24 — одна из самых популярных CRM-систем в России, разработанная компанией «1С-Битрикс». Она предлагает широкий функционал для управления продажами, маркетингом и поддержкой клиентов. Битрикс24 интегрируется с различными сервисами и позволяет автоматизировать бизнес-процессы, что делает её универсальным инструментом для компаний любого размера. Кроме того, система поддерживает облачное и локальное развертывание, что обеспечивает гибкость в использовании.

2. AmoCRM

AmoCRM — это современная CRM-система, ориентированная на малый и средний бизнес. Её отличительной чертой является интуитивно понятный интерфейс и возможность интеграции с популярными мессенджерами и социальными сетями. AmoCRM предлагает мощные инструменты для

автоматизации продаж и аналитики, что позволяет компаниям эффективно управлять воронкой продаж и улучшать клиентский сервис.

3. Мегаклан

Мегаклан — российская CRM-система, которая предоставляет комплексные решения для управления проектами и задачами. Она идеально подходит для компаний, которым необходимо организовать работу команды и контролировать выполнение задач. Мегаклан позволяет вести учет клиентов, автоматизировать процессы продаж и улучшать взаимодействие внутри компании.

4. Парус CRM

Парус CRM — это продукт компании «Парус», который предлагает решения для автоматизации продаж и управления клиентскими данными. Система поддерживает интеграцию с 1С, что особенно полезно для компаний, уже использующих продукты этой экосистемы. Парус CRM помогает оптимизировать процессы взаимодействия с клиентами и улучшить показатели продаж.



Инвестируйте в развитие вашего бизнеса с помощью современных CRM-систем и оставайтесь на шаг впереди конкурентов!

Что также важно

Ищите партнёра по внедрению, а не подрядчика

Подрядчик будет качественно выполнять ваши поручения. Партнёр – сделает проект выгодным для обеих сторон: подскажет, как улучшить ИТ-архитектуру, за счёт чего сократить сроки, и предупредит о подводных камнях.

У партнёра обязательно должна быть экспертиза в вашей отрасли. Чем более опытный партнёр, тем меньше у вас будет проблем на стадии внедрения и развития системы.

Выбирайте мультивендорного партнера

Компания, работающая с несколькими вендорами, не заинтересована в том, чтобы продать вам какую-то определенную систему. Она больше сфокусирована на ваших бизнес-задачах. Мультивендорный партнёр обладает кругозором и гибкостью и сможет предложить именно ту систему, которая подойдет под ваши требования.

Взвешивайте все за и против

Многие компании при выборе CRM-системы руководствуются субъективными характеристиками: когда несколько ключевых пользователей просматривают системы и выносят вердикт нравится/не нравится. Такой подход не позволяет осознанно выбрать систему. Выбирайтесь, опираясь на ключевые характеристики вашего бизнеса и требования.