

04 июня 2025

Как повысить эффективность «полевых» сотрудников с помощью CRM

Около 30% B2B-организаций внедрили гибридные продажи, совмещающие работу внутренних и выездных сотрудников. «Полевой» персонал при этом выполняет различные функции: это могут быть специалисты, которые проверяют качество выполняемых работ, услуг или соблюдение норм трудового законодательства. Например, региональные менеджеры и торговые представители, работающие на стороне производителей и дистрибьюторов, которые реализуют свою продукцию через сеть прямых и непрямых партнеров. В этом контексте задача выездных сотрудников — контролировать деятельность партнеров и обеспечивать выполнение стандартов и норм.

Вне зависимости от специфики процессов компании, по результату таких выездов сотрудник составляет акт выездной проверки, отчет о визите или какой-либо другой документ, который:

- фиксирует факт выезда сотрудника;
- фиксирует результат выезда (в т.ч. возможные нарушения работы со стороны партнеров/сотрудников);
- позволяет выработать рекомендации по улучшению бизнес-процессов (при отслеживании динамики);
- дает объективную картину текущего состояния дел в конкретной торговой точке или на обслуживаемом объекте (например, в случае служебных проверок).



В некоторых случаях итоговый отчет в виде полноценного документа необязателен. Результатом визита может выступать простой комментарий об итогах, дополненный фотоматериалами, а также датой следующего планового визита.

При этом существует ряд сложностей в организации деятельности выездных сотрудников:

- выездные сотрудники не всегда способны самостоятельно отслеживать и контролировать план визитов или проверок;
- выездные сотрудники не имеют возможности зафиксировать факт визита, а руководители — проконтролировать;
- задокументированный итог визита или проверки зачастую представляет из себя печатный бланк, заполненный вручную, который хранится в бумажном виде, что увеличивает нагрузку на делопроизводство.

Все это приводит к кратному увеличению времени на обработку каждого объекта/точки, а также несогласованности в порядке визитов, поскольку информацию приходится держать в голове или фиксировать в записных книжках и других малоэффективных источниках.

Внедрение специализированных систем может значительно повысить производительность работы выездных сотрудников. Компании сообщают о 35% увеличении завершенных заданий в день после перехода на такие системы. Также снижается время выполнения заданий с 3,2 до 1,8 часов, что позволяет обслуживать на 40% больше вызовов с тем же штатом. 93% выездных специалистов отмечают, что использование технологий повышает их продуктивность.

Одним из таких инструментов для автоматизации процессов работы «полевых» сотрудников служит CRM-система. Рассмотрим примеры, когда она поможет оптимизировать работу.

1. Маршрутные листы и план визитов

Руководители часто сталкиваются с задачей планирования визитов своих подчиненных. Это подразумевает составление списка объектов и маршрутов. CRM-система помогает решать эту задачу, предлагая набор инструментов и функционал для создания маршрутных листов и планов визитов. Сотрудники могут видеть свои маршруты и объекты, которые нужно посетить в установленный период. Если CRM имеет мобильное приложение, то данные о предстоящих визитах в рамках маршрутного листа всегда будут доступны к просмотру вне зависимости от местоположения сотрудника.

Функциональный блок маршрутных листов в CRM может закрывать различные бизнес-требования. В некоторых компаниях сотрудники сами планируют визиты, а руководители могут вносить корректировки и утверждать планы. Компании с короткими циклами обслуживания (например, занимающиеся ремонтом бытовой техники) могут использовать CRM параллельно с картографическими сервисами для автоматического построения оптимальных маршрутов. Интеграция с картографическими сервисами также позволяет отслеживать местоположение сотрудников в реальном времени для контроля и анализа маршрутов, а также подтверждения визитов.

Также функции планирования точек визитов помогают оптимизировать процесс продаж, совершаемых сотрудником на выезде. Например, региональные менеджеры посещают точки партнеров, осуществляющих сбыт продукции, для контроля выкладки товаров, наличия маркетинговых материалов и прочих задач. Кроме этого, они могут выполнять так называемые «заказы на месте», когда для партнера требуется пополнение продукции. CRM с возможностью фиксации результата визита и готовыми шаблонами документов справится с этой задачей либо передаст данные в иную учетную систему (например, ERP) для формирования заказа.

Иногда менеджерам по продажам нужно посетить не только свои или партнерские точки, но и точки конкурентов — выяснить цены или сравнить ассортиментную матрицу. В этом случае с помощью CRM также можно спланировать визиты и зафиксировать их результаты, чтобы в дальнейшем создать аналитический отчет и внести коррективы в стратегию развития бизнеса.

Кроме того, CRM-система как единое рабочее пространство для бизнес-единиц позволяет выездному сотруднику закрывать сразу несколько задач от различных подразделений.

Так, например, в CRM-системе на базе 1С-Битрикс24 одного из крупнейших российских производителей автомобильных шин функциональность визитов, которую изначально использовали региональные менеджеры для взаимодействия с прямыми партнерами, имеет дополнительную логику. Смежные отделы, в частности маркетинг, могут ставить задачи менеджерам для их предстоящих визитов: проверить наличие маркетинговых материалов на точке, правильность выкладки шин и их расположения в торговом помещении.

Корректно настроенная CRM позволяет гибко управлять объектами и визитами, как вручную, так и автоматически. Сотрудники могут передавать коллегам свои маршруты в случае больничного или отпуска.

Успешность внедрения CRM зависит от удобства работы для будущих пользователей. Платформа должна иметь функциональное мобильное приложение или адаптивную мобильную версию, как, например, Битрикс24. Это позволяет сотрудникам фиксировать результаты визитов и общаться с коллегами прямо с мобильных устройств, однако важно учесть, что штатное мобильное приложение данной платформы не имеет возможностей прямых доработок. При наличии требований к реализации сложной логики бизнес-процессов, отличной от штатной, в мобильном приложении, потребуется разработка собственного кастомного решения.

Стоит отметить, что приложение не работает без доступа к сети Интернет — в удаленных районах со слабым покрытием использование приложения затруднительно или даже невозможно. Сервисы определения местоположения могут также не работать в помещениях, в особенности производственных. Это не позволит точно зафиксировать визит, и данные о посещении точки нужно будет ввести вручную.

Таким образом, с помощью CRM-системы можно эффективно планировать визиты и маршруты, предоставляя сотрудникам и руководителям необходимые инструменты для эффективной работы и контроля. Однако важно учитывать удаленность и территориальную принадлежность посещаемых сотрудниками объектов.

2. Результат визита. Генерация актов проверки и отчетов по визитам

Если результат визита не фиксируется, вероятность того, что внедренная CRM позволит оптимизировать работу полевых сотрудников, близка к нулю.

Существуют сферы бизнеса, для которых наличие акта или отчета по результатам визита не просто удобное дополнение, а необходимая часть документооборота компании. В этом случае CRM-система также способствует оптимизации работы сотрудников.

Например, одна из крупнейших московских клининговых компаний, обслуживающая железнодорожные вокзалы, станции метрополитенов и подвижные составы вагонов метро, использует CRM-систему на базе 1С-Битрикс24 для работы выездных сотрудников.

Специфика их работы заключается в том, что они выполняют преимущественно надзорную функцию — контролируют качество услуг или проверяют соблюдение норм трудового законодательства. Результатом работы любой из категорий проверяющих сотрудников служит итоговый Акт. До внедрения CRM сотрудникам приходилось в ходе проверки фиксировать все выявленные нарушения в телефонах или блокнотах, а после выезда на

своем основном рабочем месте еще несколько часов переносить все эти данные в сложные Excel шаблоны.

Сейчас сотрудники, имея планшеты и быстрый доступ в веб-версию системы через браузер, могут прямо во время проверки в специальных полях указывать баллы по каждому пункту, после чего система автоматически генерирует акт выездной проверки. Также она делает автоматические расчеты результатов — рассчитываются баллы проверки, относительный (в %) и абсолютный (сумма баллов) результат в разрезе каждого проверяемого блока и всей проверки целиком.

Используя CRM, сотрудники имеют возможность проанализировать все визиты в рамках конкретной точки клиента и оценить динамику работы с ним.

Другой пример — ведущий российский поставщик высокопроизводительных металлообрабатывающих станков. После продажи оборудования клиентам штатные инженеры компании работают с сервисными заявками различных категорий — от планового гарантийного обслуживания до негарантийного ремонта и модернизации станков. Инженеру крайне важно зафиксировать результат своего выезда в акте выполненных работ, который на месте подписывается с клиентом. С помощью реализованной функциональности в CRM инженеры на месте выезда с планшета вносят необходимые данные (тип обслуживаемого оборудования, плановая дата следующего ТО, свободное описание проделанной работы и др.), после чего CRM формирует акт, который остается только распечатать и подписать.

Однако далеко не каждому бизнесу требуется формировать какой-либо обязательный документ по результатам выезда сотрудника.

Так, упомянутому выше производителю автомобильных шин достаточно, чтобы региональные менеджеры в рамках своих визитов к партнерам фиксировали их результаты в форме свободных текстовых комментариев, дополненных фотографиями.

Резюмируя, стоит сказать, что функциональность в базе CRM вне зависимости от платформы и сферы бизнеса позволит сотрудникам как минимум фиксировать результаты своих выездов, заполняя необходимые данные (комментарии, даты следующих визитов, фотографии и прочее). Если обязательно требуется оформление Акта/Отчета по результатам проверки, в CRM можно внедрить шаблон практически любого формата и сложности и генерировать данные документы в автоматическом режиме.

Конечно, есть и такие процессы, для которых скорее не требуется разработка новых решений и организация сложных подпроцессов. К ним относятся экстренные вызовы, где важна скорость, а не документооборот, или творческие задачи, где важна гибкость, а не строгое следование регламенту. Если процесс достаточно простой и не предполагает планирования и хранения результатов выездов, то его внедрение может привести к излишней бюрократизации. Сотрудники при этом будут испытывать дискомфорт, что негативно скажется на результатах их работы.

Рекомендации по внедрению CRM для «полевых» сотрудников

Современный темп работы и растущая конкуренция требует от выездных сотрудников быстрой фиксации результатов и планирования визитов. Внедрение CRM-системы может оптимизировать все рабочие процессы «в полях» и сэкономить время за счет автоматизации рутинных задач.

Крайне важно анализировать соотношение потенциальных затрат и ожидаемого эффекта от внедрения. Положительный эффект может быть прямым, например, увеличение прибыли, или косвенным, например, ускорение работы сотрудников или повышение прозрачности для руководителей.

Организация и адаптация процессов работы выездных сотрудников — это достаточно трудоемкая задача. Для некоторых компаний, особенно для малого бизнеса, внедрение, скорее приведет к необоснованным расходам.

Важно учитывать и скрытые затраты: обучение сотрудников, интеграцию с внешними сервисами, техническую поддержку и сопровождение системы.

Чтобы внедрение CRM прошло успешно, мы рекомендуем обращать внимание на следующие аспекты:

- Удобство использования CRM. Интуитивно понятный интерфейс CRM-системы, обучающие сессии и инструкции помогут пользователям научиться работать в системе в короткие сроки — от нескольких дней до двух недель.
- Автоматизация рутинных задач. Для успешного внедрения CRM важно использовать ее возможности для настройки автоматизации рутинных задач, таких как составление маршрутных листов и генерация отчетов. Настроив автоматическое назначение инженеров на сервисные заявки с учетом их занятости и местоположения, можно значительно снизить нагрузку на сотрудников.
- Мобильность пользователей. При выборе CRM обратите внимание на наличие мобильного приложения или веб-версии для работы с мобильных устройств и планшетов. Если коробочные решения, присутствующие на рынке, не способны закрыть бизнес-требования компании, может потребоваться разработка кастомного мобильного приложения.
- Отчетность и аналитика. Анализ данных о выездных работах помогает оптимизировать процессы. Например, с помощью CRM можно отслеживать время выполнения задач и выявлять причины задержек, что позволяет улучшить логистику и стандарты обслуживания. Стоит заранее подумать о том, как именно данные, накапливаемые в CRM и в каком формате будут учитываться в аналитических отчетах, а главное — для какой цели. В первую очередь, обращайте внимание на используемые типы данных в полях и возможность их сопоставления с данными из системы аналитики, если это отдельная система класса BI. Также важно продумать, какие роли (сотрудники, линейные руководители, топ-

менеджмент) будут пользоваться отчетами и дашбордами и, отталкиваясь от этого, определить, какие показатели в таких отчетах могут потребоваться.

Внедрение CRM требует комплексного подхода, учитывающего потребности компании и поддержку пользователей на всех этапах. Автоматизация и интеграция процессов значительно повышают эффективность работы, сокращают время на рутинные задачи и улучшают качество обслуживания клиентов. При этом важно предварительно оценить целесообразность внедрения таких процессов для каждой компании, исходя из потенциального экономического эффекта и бизнес-потребности.

