

02 августа 2016

Как за четыре месяца увеличить клиентскую базу на 60%?

Компания PONY EXPRESS автоматизировала работу отделов продаж и контакт-центра при помощи специализированного решения «CRM для логистики», разработанного командой «KORUS Консалтинг» на базе платформы Microsoft Dynamics CRM 2013. CRM-система была внедрена в компании в рамках реализации новой стратегии работы и модернизации собственных информационных систем для приведения их в соответствие с новыми потребностями бизнеса.

Крупнейший в СНГ универсальный логистический оператор PONY EXPRESS входит в финансово-промышленную группу «Базовый Элемент», включающую более 100 предприятий на пяти континентах. Компания предлагает полный комплекс услуг по экспресс-доставке, складскому хранению, грузоперевозкам, а также комплексные логистические решения для различных отраслей бизнеса. Число активных клиентов достигает 53 000, а ежегодных отправок - более 10 миллионов в 224 странах мира.

Ситуация до внедрения CRM-системы

PONY EXPRESS насчитывает 60 экспресс-центров и 128 представительств в России, а также представительства на территории восьми стран мира. Такая широкая география продаж вызывала сложности в согласовании действий



продавцов и маркетологов, повышала вероятность дублирования информации и, как следствие, отнимала много времени при поиске нужных сведений по конкретному клиенту.

В первую очередь руководство PONY EXPRESS хотело найти решение, которое позволило бы наиболее эффективно выстраивать взаимоотношения с каждым заказчиком. Для этого было необходимо внедрить единый инструмент, способный совмещать в себе функции закрепления клиентов за определенными менеджерами и взаимодействия с ними в рамках любого из пяти существующих каналов продаж компании. Сотрудникам требовалось понимать, как строить планы продаж и выявлять приоритетность поставленных задач в рамках всего процесса работы, какие каналы коммуникации выбирать в каждом отдельном случае и с какой периодичностью их использовать.

«Перед нами стояла задача полностью систематизировать процесс взаимодействия с клиентами, объединив данные из всех разрозненных источников в единое целое. Другими словами, нам нужен был инструмент, который откроет доступ каждому сотруднику к самостоятельной регистрации и обработке информации о заказчике, позволит фиксировать коммерческие активности, а также осуществлять сбор и анализ статистики. Сделать обслуживание клиентов более проактивным и прогнозируемым можно было только за счет внедрения единого CRM-инструмента.»

— рассказывает **Георгий Аликошвили**, генеральный директор **PONY EXPRESS**.

Выбор CRM-системы

Для реализации CRM-проекта компания рассматривала сразу несколько платформ: Microsoft Dynamics CRM, Salesforce и Terrasoft. Важнейшими критериями при выборе системы были ее высокая производительность, возможность работы с большим количеством пользователей, а также широкие возможности интеграции и дальнейшего развития системы внутри компании. В результате тщательного анализа выбор был сделан в пользу проверенного международного решения **Microsoft Dynamics CRM**, результативность которого подтверждена многочисленными проектами, в том числе работающими под большими нагрузками.

«В период непростой экономической ситуации в стране перед любым руководителем еще более остро стоит задача удержать и сохранить свое преимущество среди конкурентов. Этого можно добиться только за счет выстраивания грамотной стратегии работы с клиентом, которая позволит не только повысить скорость реакции на поступающие запросы, но и анализировать результаты для построения двустороннего эффективного взаимодействия. Широкая база партнеров, наличие готовых отраслевых решений и успешно реализованных проектов стали определяющими факторами в пользу Microsoft Dynamics CRM,»

— прокомментировал выбор **Георгий Аликошвили**.

Ответственным за проект была выбрана ГК «КОРУС Консалтинг», которая четыре года подряд подтверждает свой статус лучшего партнера по внедрению **Microsoft Dynamics CRM** в транспортных и логистических компаниях, а также обладает серьезным опытом реализации не только CRM-проектов, но и интеграции CRM-решений с контакт-центрами и телефонией. Кроме того, наличие у компании специализированного решения «CRM для логистики» позволило значительно сократить сроки работ и снизить стоимость проекта.

Функциональность внедренного решения

Реализованный проект был разделен на два этапа: автоматизация продаж и контакт-центра. На первом этапе специалисты «КОРУС Консалтинг» автоматизировали процессы продаж, создав единое информационное пространство по взаимодействию с клиентами для центрального офиса и всех региональных представительств. Это позволило организовать учет и последовательную проработку потенциальных клиентов, данные о которых поступали по разным каналам - с сайта, по телефону и электронной почте. Автоматизация процессов продаж в части обработки лидов и работы со сделками позволила менеджерам отдела продаж повысить качество взаимодействия с клиентами, а руководителям предоставила возможность своевременно отслеживать качество работы сотрудников.

На этом же этапе была осуществлена интеграция **Microsoft Dynamics CRM** с внутренней ERP-системой «ПЕГАС» по клиентам и существующим договорам, чтобы исключить двойной ввод информации и свести к минимуму ошибки при загрузке данных. Проектная группа также провела миграцию данных в



CRM-систему, чтобы открыть менеджерам доступ к полной информации не только о новых клиентах, но и о тех, с кем уже ранее были договорные отношения. Параллельно с этим экспертная команда вела проект по интеграции CRM-решения с системой электронного документооборота на платформе Microsoft SharePoint Server и сервисом СБИС, который позволяет автоматически по набору определенных параметров (например, по ИНН) получить расширенную информацию по клиенту.

В рамках второго этапа проекта по автоматизации контакт-центра было автоматизировано взаимодействие с клиентами по трем крупным каналам: телефону, электронной почте и через сайты. В части работы с телефонией, реализованной у заказчика на платформе AVAYA, было автоматизировано рабочее место оператора контакт-центра и формирование аналитики по звонкам, которая складывается из заполненных операторами анкет.

Например, раньше, чтобы понять, по визам в какие страны чаще всего обращаются в компанию, нужно было собрать бумажные анкеты, обработать их и затем вручную сформировать отчет, на что уходило больше недели работы, а после внедрения CRM-системы и реализованной интеграции вся эта информация стала доступна в режиме онлайн. Для удержания, перевода, планирования исходящих звонков и т.п. сотрудники «КОРУС Консалтинг» реализовали в системе панель управления звонками.

«Сейчас мы держим курс, прежде всего, на работу с качественными показателями в рамках CRM и будем оценивать такие критерии, как лояльность клиентов, конверсия, сроки реализации сделок, количество обработанных и необработанных заявок, эффективность

работы менеджеров и обоснованность затрачиваемых средств для достижения конечного результата. Мы убеждены, что долгосрочное сотрудничество с ГК «КОРУС Консалтинг» существенно повлияет на повышение лояльности наших клиентов,»

— отметила **Наталья Попова**, руководитель отдела продаж по телефону компании **PONY EXPRESS**.

Результаты проекта

Работающую систему продаж команда ГК «КОРУС Консалтинг» построила всего за четыре месяца. В результате была сформирована единая база, которая помогает сегментировать, планировать акции, распределять клиентов и, что не менее важно, посредством анализа поступающих запросов показывать, какие отсутствующие на данный момент услуги могут быть востребованы заказчиками в ближайшем будущем.

Благодаря внедрению CRM-системы уменьшился цикл продажи по телефону с 60 до 25 дней, сократилось время погружения новых менеджеров по продажам в работу с закрепленной территорией с 2 до 1,5 месяцев, а также в 8 раз сократилось время обработки заказов. Более того, как отмечают в PONY Express, за полгода использования системы клиентская база увеличилась на 60%, а retention rate (показатель удержания клиентов) с 90% вырос до 95%.

«Мы провели опрос клиентской удовлетворенности до внедрения CRM-системы, в 2014 году, и после, в 2015. Согласно полученным

результатам, которые на текущий момент собраны только по Москве, уровень удовлетворенности клиентов вырос на 5%. Также у нас значительно сократилось время обработки клиентских запросов и, как итог, сроки заключения договоров с 24 до 3 часов.

Теперь мы можем оперативно производить необходимую сегментацию, четко отслеживать весь ход заявки, оценивать эффективность работы менеджеров по продажам, начиная с момента его первого контакта с клиентом и заканчивая сделкой. Это позволило значительно повысить показатели качества и скорости обслуживания клиентов и, как следствие, стало толчком к росту продаж,»

— *рассказала об итогах проекта **Наталья Попова**.*

Отличные результаты компания получила и в разрезе аналитических данных. Были разработаны гибридные отчеты, которые позволяют собрать более комплексную информацию по звонку: фактическое время разговора, время постобработки и т.п. Такая аналитика доступна и по обращениям, поступающим через сайты или по электронной почте. Теперь сотрудники могут быстро и легко распределять все входящие обращения, назначать ответственных и учитывать нормативные сроки их обработки.

«Логистика – одна из тех отраслей, которая требует особого подхода в работе с клиентами. Огромное количество поступающих запросов из разных каналов нуждается в удобном инструменте для оперативной обработки обращений, выстраивании прозрачного и

управляемого процесса продаж. Мы очень рады, что наше решение «попало в точку» и действительно помогает логистическим компаниям ежедневно улучшать показатели бизнеса и в итоге больше зарабатывать,»

— отметила **Мария Бар-Бирюкова**, заместитель генерального директора ГК «КОРУС Консалтинг».

Сейчас пользователями системы являются около 150 сотрудников коммерческого департамента, а в ближайшей перспективе их число вырастет до 400.

Материал опубликован в издании «Практика CRM», август 2016