

23 августа 2016

## Как за три месяца провести полную трансформацию продаж в ритейле?

Она из крупнейших сетей строительных и отделочных материалов и товаров для дома в России «Стройландия» автоматизировала процессы взаимодействия с клиентами на базе платформы Microsoft Dynamics CRM. Созданное командой «КОРУС Консалтинг» решение позволило объединить в себе все процессы, связанные с работой с покупателями – от регистрации потенциальных объектов строительства, их развития и обработки заказов до контроля исполнения процесса продаж и аналитических инструментов для оценки и создания прогноза продаж.

В 2016 году сети исполнилось 20 лет, а численность сотрудников превысила две тысячи человек. В управлении «Стройландии» сейчас находятся 29 магазинов в 23 городах страны, а также два распределительных центра, которые обслуживают более трёх млн. покупателей. Товарный ассортимент компании насчитывает около 30 тысяч наименований различных материалов для стройки и ремонта.

### **Ситуация до внедрения CRM-системы**

Основная информационная система «Стройландии» построена на базе 1С:Предприятие. Несмотря на то, что платформа выполняет все функции по ценообразованию и обработке заказов, обладает широкой



масштабируемостью и позволяет автоматизировать различные виды деятельности, в ней отсутствует блок для управления взаимоотношениями с клиентами и инструменты для оценки и построения прогноза продаж. Кроме того, при обработке отчетности оптового отдела сотрудники тратили много времени на ручной ввод данных в Excel-файлы, что затрудняло процесс подготовки общих сводных результатов в разрезе контрагентов, деятельности и эффективности менеджеров. Компании требовалась единая современная CRM-система, которая бы объединила все бизнес-процессы по взаимодействию с клиентами.

### **Выбор CRM-системы**

Перед внедрением CRM-решения руководство «Стройландии» определило для себя четкие цели будущего проекта. В первую очередь, компания хотела создать полнофункциональный интерфейс с возможностью хранения всей информации по клиентам и объектам. При этом инструмент должен был отличаться гибкой технологичностью для своевременной адаптации к изменениям бизнес-среды ритейла. Также было важно, чтобы система позволяла проводить анализ и прогноз продаж, интегрироваться с внутренними программами строительной сети и предоставлять возможности для доступа с мобильных устройств.

В результате изучения предложений на рынке CRM-систем выбор был сделан в пользу проверенного, интуитивно удобного для большинства пользователей решения на платформе Microsoft Dynamics CRM, которое больше всего отвечало ожиданиям компании.

Для нас одним из факторов в пользу выбора CRM-системы на платформе Microsoft Dynamics CRM стала предпосылка к созданию мобильной версии решения. В ближайшей перспективе мы планируем обеспечить менеджеров «Стройландии» удобным инструментом, обеспечивающим взаимодействие с клиентской базой вне офиса в том числе. И здесь мы видим сразу несколько вариантов использования мобильного клиента для достижения отличных показателей работы сотрудников «в полях»: опция визуального построения маршрутов и чекинов менеджеров на точках для контроля над их проведением и результатами встреч с клиентами, а также функция моментальной интеграции фотографий объекта с любого устройства в общую базу данных,

*— прокомментировал выбор Олег Карташов, директор по инновациям сети «Стройландия».*

Партнером проекта была выбрана ГК «КОРУС Консалтинг», обладающая большим опытом реализации крупных CRM-проектов на платформе **Microsoft Dynamics CRM**.

### **Функциональность внедренного решения**

Первым делом команда «КОРУС Консалтинг» создала для компании единую базу данных, в которой каждый специалист может получить всю необходимую информацию в режиме онлайн. Это позволило избавиться от необходимости собирать записи из автономных Excel-файлов и уточнять детали заказа у

разных подразделений при подготовке сотрудниками отчетности, планировании продаж и в рамках контроля качества исполняемых менеджерами задач.

Следующим шагом стало внедрение блока «управление целями», который позволил отслеживать выполнение KPI менеджерами по финансовым и количественным показателям (объекты, сделки и т.д.).

Для систематизации справочников, заказов, цен и номенклатуры товаров «КОРУС Консалтинг» интегрировала CRM-систему с внутренней программой 1С:Предприятие. Реализовать возможность визуального анализа данных по объектам и клиентам проектной команде удалось за счет интеграции с сервисом Яндекс.Карты. Так, в системе можно наглядно увидеть соотношение количества заказчиков и их географии к числу давно не возобновляемых контактов по другим покупателям. То же касается и любых других, свободно задаваемых параметров.

### **Результаты проекта**

В результате реализации проекта количество регистрируемых и развиваемых менеджерами объектов строительства увеличилось в среднем на 40%. Все этапы проделанной работы сотрудники фиксируют в единой CRM-системе, поэтому в любой момент руководитель может оценить их результативность по числу проведенных встреч, переговоров, подготовленных коммерческих предложений и т.д. Такой подход стимулирует рост заинтересованности менеджеров в качественном выполнении своих задач, что впоследствии отражается и на объеме продаж.

Систематизация всей поступающей информации из разных каналов позволяет компании идентифицировать целевых клиентов и выстраивать в отношении них долгосрочную стратегию эффективного взаимодействия. Определить, заказчик из какой отрасли приносит наибольшую прибыль и где территориально он расположен, помогает интеграция с сервисом Яндекс.Карты. Кроме того, визуальная оценка эффективности работы менеджеров помогает выстроить прозрачный, контролируемый процесс продаж, и руководство всегда может проследить, какие данные не были обработаны. Таким образом, ни один клиент не остается незамеченным.

В результате внедрения CRM-решения на платформе Microsoft Dynamics CRM мы ожидаем существенного повышения качества обслуживания клиентов, новых возможностей оценки и прогнозирования продаж. Это также поможет нам выйти на новый уровень развития взаимоотношений с заказчиками в сфере B2B, куда мы так давно стремимся,

— *рассказал об итогах проекта Олег Карташов.*

В CRM-системе уже начали работу около 50 пользователей, прежде всего, менеджеры по продажам и руководители коммерческих блоков. География пользователей системы распространяется не только на Оренбург и Оренбургскую область, но и на города, где присутствуют магазины «Стройландии» - Чебоксары, Ижевск, Саратов, Альметьевск и другие.

Чем шире ассортимент и география представленности розничной компании, тем меньше шансов выйти на новые рынки при использовании стандартных программ, которые решают точечные задачи. Сегодня CRM – основа для развития системного подхода к организации взаимодействия с клиентами, выстраивания процессов продаж и обслуживания. Уверена, клиенты «Стройландии» в ближайшее время оценят важный шаг, который компания сделала им навстречу, что, безусловно, отразится и на показателях продаж,

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

*Материал опубликован в издании «Практика CRM», август 2016*