

15 апреля 2014

Marvel CRM — вчера, сегодня, завтра и послезавтра

Пошло уже около 4 лет от старта проекта внедрения CRM-системы в компании "Марвел-Дистрибуция", одном из крупнейших широкопрофильных IT-дистрибьюторов в России. Мы попросили поделиться с читателями портала "Практика CRM" впечатлениями и результатами использования CRM-системы Вячеслава Платонова, начальника отдела информационных проектов Дирекции по продажам компании.

Портал "Практика CRM": Вячеслав, предлагаем вернуться к самому началу: расскажите, пожалуйста, о причинах внедрения CRM-системы.

Вячеслав Платонов: Внедрение CRM-системы стало логичным продолжением развития компании. До определенного момента ведение партнерской базы посредством разрозненных excel-файлов у сейлз-менеджеров оправдывало себя. Однако с ее увеличением (к слову, сейчас это уже более 4000 компаний), остро возникла потребность унификации подходов к обобщению и учету клиентской информации. Разработанное в итоге на базе **Microsoft Dynamics CRM** решение Marvel CRM позволило комплексно решить задачи по переводу управления партнерской базой на новый уровень, сделав её более удобной, информативной и безопасной.

Портал "Практика CRM": *Какие требования были предъявлены к CRM-системе и поставщику решения на этапе поиска платформы?*

Вячеслав Платонов: Выбор поставщика услуг происходил на тендерной основе. В ходе этого этапа нашими специалистами был опробован и протестирован ряд аналогичных продуктов, но при выборе мы ориентировались, в первую очередь, на соотношение цена-качество. Кроме того, среди основополагающих критериев была определена возможность расширения и доработки функционала CRM-системы. Работа с партнерами в нашей компании специфична во многих проявлениях, и потому набора стандартных инструментов не всегда достаточно.

В итоге было принято решение использовать **Microsoft Dynamics CRM**, имеющей наиболее широкие возможности доработки функционала среди рассмотренных нами вариантов. К примеру, немаловажной особенностью данной CRM-системы, повлиявшей на выбор, стала возможность ее интеграции с ERP-системой, используемой в компании (*ред. - Microsoft Dynamics AX*).

Портал "Практика CRM": *В качестве партнера проекта Вы выбрали компанию "Корус Консалтинг". Можете уточнить, что повлияло на Ваш выбор?*

Вячеслав Платонов: "Корус Консалтинг" имеет на рынке заслуженную репутацию эксперта в области [дистрибуции](#). В преддверии заключения контракта команда наших специалистов изучила ее возможности и пришла к выводу, что многолетний опыт, высококвалифицированные эксперты и необходимый уровень экспертиз полностью соответствуют нашим

требованиям.

Портал "Практика CRM": *Большая часть работ по внедрению CRM-системы выполнялась специалистами компании "Марвел-Дистрибуция".*

Расскажите подробнее, как была сформирована команда проекта.

Вячеслав Платонов: В состав команды проекта входили как бизнес-заказчики со стороны Департамента продаж, которые занимались сбором требований и формализацией задач, так и ИТ-специалисты, которые выполняли поставленные задачи на разработку/доработку функционала.

Одной из важнейших задач "**КОРУС Консалтинг**" в рамках проекта было детальное обучение нашей проектной команды, а также консультирование на этапе формирования структуры проекта.

Портал "Практика CRM": *Проводилась ли какая-то подготовительная работа перед внедрением CRM-системы?*

Вячеслав Платонов: Безусловно, на первом этапе была сформирована рабочая группа, в которую входили люди хорошо осведомленные о потребностях сейлз-подразделений в функционале внедряемой CRM-системы. Специально для них мы провели серию консультаций и презентаций, по результатам которых была выработана финальная структура решения.

Портал "Практика CRM": *Какие подразделения компании было решено автоматизировать в первую очередь? По какой причине?*

Вячеслав Платонов: В "первую очередь" автоматизации попали подразделения, наиболее плотно сотрудничающие с партнерами, то есть менеджеры по продажам. Это связано с тем, что одной из главных задач при внедрении CRM-системы было упорядочивание информации о клиентах, которая находилась в разрозненных источниках, при том, что работу с тем или иным партнером могли вести сотрудники из нескольких офисов. Требовалось обеспечить оперативное реагирование на все запросы клиентов и высокое качество обслуживания, соответствующее позиции компании на рынке дистрибуции.

Портал "Практика CRM": *Сколько всего этапов было запланировано в рамках проекта? Все ли из них уже реализованы?*

Вячеслав Платонов: Первый этап включал перенос всех процессов взаимодействия с партнерами в CRM-систему. Это позволило добиться того, что сегодня сведения по работе с любым партнером (контактная информация, финансовые показатели, планы и пр.) доступны всем пользователям системы Marvel CRM, что обеспечивает большую информированность каждого менеджера в отдельности и повышает общий уровень информационной безопасности.

Последующие этапы подразумевают создание дополнительных функций системы в соответствии с потребностями пользователей. С этой целью в компании на постоянной основе функционирует группа, в задачи которой входит сбор и анализ пожеланий сотрудников по расширению функциональности CRM-системы с последующей реализацией наиболее интересных предложений.

Портал "Практика CRM": *Была ли проведена интеграция CRM-системы с другими ИС компании? С какими? Какие задачи это позволило решить?*

Вячеслав Платонов: "Совместимость" системы была одним из ключевых показателей при выборе. На первом же этапе внедрения была произведена интеграция CRM-системы с используемой в компании ERP-системой. Объединение этих систем открыло широкие возможности по анализу имеющейся информации с последующей постановкой индивидуальных бизнес-целей конкретным сейлз-менеджерам.

Портал "Практика CRM": *Какое количество сотрудников различных подразделений сегодня работает в системе?*

Вячеслав Платонов: На данный момент к Marvel CRM регулярно обращаются представители подразделений продаж, менеджеры по развитию бизнеса, маркетологи и, безусловно, руководство. Активными пользователями системы являются порядка 400 сотрудников.

Портал "Практика CRM": *Поделитесь, пожалуйста, планами по развитию функционала Marvel CRM.*

Вячеслав Платонов: На сегодняшний день CRM-система работает в режиме полноценной эксплуатации. Это означает, что стратегических планов развития уже нет. Основная задача, стоящая сейчас перед командой проекта, — совершенствование функционала и комплексная поддержка работы CRM-системы. Эта работа проводится планомерно, но состоит отнюдь не из рутинных действий: каждый новый запрос на доработку - это уникальная задача.

Например, сегодня мы работаем над внедрением комплекса автоматизированных процедур, позволяющих направлять запросы партнеров по расчету спецификаций в профильные отделы. Как и в любом другом случае, это нестандартная задача. Достаточно сказать, что каждое из направлений имеет уникальные бизнес-процессы, что существенно осложняет процесс "ретрансляции". Тем не менее, без ложной скромности могу сказать, что у нас есть достаточный опыт и профессионализм, чтобы справиться и с этой задачей.

Портал "Практика CRM": *Что бы Вы отметили в числе главных преимуществ **Microsoft Dynamics CRM** после нескольких лет ее использования в компании?*

Вячеслав Платонов: Я бы выделил ее "адаптируемость" к специфическим бизнес-процессам, причем это ее "базовая" функция. Хочу подчеркнуть, что "адаптируемость" **Microsoft Dynamics CRM** касается не только логики бизнес-процесса, но и возможности его расширения и интеграции с другими подобными процедурами. Это особенно важно в условиях динамично меняющегося IT-рынка, предъявляющего все новые и новые требования к методам ведения бизнеса.

Портал "Практика CRM": *Заметили ли Ваши клиенты изменения после завершения проекта?*

Вячеслав Платонов: Замечу, что проект не завершен и его развитие поставлено перед нами как одна из самых приоритетных задач. На сегодняшний день CRM-система решает ряд задач по автоматизации взаимодействия с партнерами, с ее помощью осуществляется рассылка

маркетинговых материалов, прайс-листов, в системе ведется работа по организации маркетинговых мероприятий с привлечением ответственных менеджеров к формированию списков участников с последующей рассылкой приглашений и фиксацией статуса участия партнера в мероприятии. Это лишь малая часть того, что "видит" партнер, это внешняя "открытая" часть системы.

Существует еще и внутренняя часть, которая направлена на оптимизацию работы с партнером, получение истории работы с партнером "здесь и сейчас" - что нас связывает с партнером, как мы с ним работаем – все это доступно для анализа всем заинтересованным лицам.

