

28 октября 2014

## Не делая из IT культа

На первом этапе своей работы компания Mailbrand, которая занимается экспресс-доставкой, использовала простую учетную систему, при помощи которой отслеживала выполнение заказов и вела бухгалтерию. Но шло время, и компания приблизилась к достижению своего первого рубежа, выходу на федеральный уровень. И основатель компании Алексей Миренков понял: его бизнесу категорически не хватает дополнительных возможностей. Алексей Миренков поступил так, как сделал бы на его месте любой современный человек, ищущий ответа на сформировавшийся вопрос: ввел в поисковике «CRM online» и уже первый результат в выдаче, онлайн-версия системы Microsoft Dynamics CRM, оказался подходящим.

Критически важный момент для любого бизнеса – момент роста. Множество компаний, которые были успешны на первоначальном этапе своей работы, не смогли перейти на новый уровень. И дело не только в проблемах управления растущим коллективом, — «детскими» оставались организация бизнес-процессов и отношения с заказчиками. Во многом это происходит из-за недостатка инструментов управления, недоразвитости IT-инфраструктуры предприятия.

На первом этапе своей работы **компания Mailbrand, которая занимается экспресс-доставкой**, использовала простую учетную систему, при помощи которой отслеживала выполнение заказов и вела бухгалтерию. Но шло время,



и компания приблизилась к достижению своего первого рубежа, выходу на федеральный уровень. И основатель компании Алексей Миренков понял: его **бизнесу категорически не хватает дополнительных возможностей.**

«В современной логистике невозможно ограничиться доставкой товаров, — говорит Алексей Миренков. — Без управления взаимоотношениями с клиентами работать серьезная компания не сможет. Стало очевидно, что нам остро необходима CRM. Но я не мог себе позволить тратить время на изучение сложных решений, тонкостей выбора серверов и прочего оборудования. Тем более, я не был готов превращать свою компанию в IT-предприятие. Мы предоставляем своим заказчикам готовый сервис, использование которого не требует от них ни знаний, ни усилий. Того же я хотел добиться от информационной системы».

Алексей Миренков поступил так, как сделал бы на его месте любой современный человек, ищущий ответа на сформировавшийся вопрос: ввел в поисковике «CRM online» и уже первый результат в выдаче, онлайн-версия системы [Microsoft Dynamics CRM](#), оказался подходящим. «Я играл с демо-версией день: ввел данные и практически сразу нашел узкие моменты в принятой у нас на тот момент системе продаж. При помощи пошаговых действий, которая CRM предлагала, нам удалось их выпрямить наши бизнес-процессы. При этом мне ничему не предлагали учиться — все было наглядно и понятно с первого взгляда».

От первого знакомства до начала работы с системой прошла неделя. Через два дня после того, как Алексей Миренков обратился в Microsoft, приступили к работе консультанты из компании «КОРУС Консалтинг». Они быстро

провели необходимые настройки, еще пару дней ушло на то, чтобы систему полностью освоили пользователи и администратор. Им, кстати, на первых порах был сам руководитель предприятия. «Я одновременно и администрировал систему, и наблюдал, как выстраивается ясная и четкая система работы, — вспоминает он. — Вся «воронка продаж» была как на ладони. Сразу стала понятна эффективность каждого из продавцов, которая помогла и реорганизовать отдел, и выстроить его работу».

В момент внедрения Dynamics CRM в компании работали 5-7 менеджеров. Потом их число возросло до полутора десятков, но информация об их работе быстро убедила руководителя: можно ограничиться и пятью специалистами, если все они — настоящие профессионалы.

После повышения эффективности продаж настало время бороться за удержание заказчиков. Эта задача на высококонкурентном рынке экспресс-доставки — важнейшая для бизнеса. Для этого к Dynamics CRM Online был подключен отдел по работе с клиентами.

Цель Алексея Миренкова — **50-процентный рост продуктивности клиентских менеджеров**. Достигнуть его руководитель Mailbrand смог за счет интенсификации работы с клиентами, многие из которых только числились в базе, но не генерировали выручки.

В итоге в отделе по работе с клиентами осталось пять человек. Их KPI зависят от активности (числа контактов с клиентами) и финансовой эффективности работы. Цель каждого менеджера — прирост объемов отгрузок от переданного в его ведение клиентского портфеля примерно на 2% каждый месяц.

«Взаимоотношения с клиентами должны выстраиваться по определенному алгоритму. Он описан в наших внутренних документах, а когда был перенесен в CRM, менеджеры получили план работы с каждым из заказчиков: на день, неделю, месяц. Система способна подсказать буквально каждый шаг: когда позвонить клиенту, когда уточнить текущее состояние дел, какие новые услуги предложить. А я смогу мониторить нагрузку менеджеров, видеть, какие действия они совершают, как часто звонят клиенту», — **делится планами Алексей Миренков.**

Он подчеркивает, что даже самый маленький клиент не должен оставаться без внимания. И, если клиент «спит», то его нужно вовремя «разбудить», поинтересовавшись, почему сократились объемы отгрузок и как можно решить возникшую проблему. Сделать это вовремя и ненавязчиво позволяет CRM.

Глава Mailbrand убежден, что пользоваться преимуществами, которые дают информационные технологии, можно и нужно, не отдавая свою компанию и свой бизнес во власть «айтишников-оптимизаторов»: «Я и сам знаю особенности работы с клиентами на рынке экспресс-доставки. От CRM мне нужны наглядность, порядок в управлении и возможность системной работы с клиентами. И мне абсолютно не интересно, какие шестеренки крутятся у нее внутри. **Microsoft Dynamics CRM Online** дает мне возможность просто работать, не задумываясь о ее устройстве. Компании лучше, когда я думаю о логистике».