

02 декабря 2015

## Новые возможности CRM-системы

Комментарии ведущих экспертов департамента CRM ГК «КОРУС Консалтинг» Сергея Котряхова и Вячеслава Колоскова о новых функциях в CRM-системах последнего поколения в журнале «Технологии и средства связи».

Функциональность современных CRM-систем развивается стремительно. Вендоры каждый год меняют и дополняют собственные решения, делая их все более удобными для пользователей. Так какие же новые фишки в CRM стали доступны для нас? Давайте их рассмотрим

### Сервисные функции

Наибольшее внимание в последнее время уделяется сервисным функциям CRM-систем. Вендоры вспомнили, что удержание клиентов более выгодно, чем их привлечение. Ярким представителем сервисных функций является функциональность единого окна, которое предназначено для объединения на одном экране множества информационных каналов: CRM- и ERP-систем, телефонии, чата, электронной почты и даже средств социального общения. Единое окно предназначено, в первую очередь, для автоматизации call- и контакт-центров. Такая функция появилась, например, в Microsoft Dynamics CRM 2013 под названием Unified Service Desk (USD). Технически оно представляет собой Windows-приложение, которое в качестве настроечной базы использует CRM и с ним же имеет тесную интеграцию. До появления



USD Microsoft предлагал похожие решения (Customer Care Accelerator и User Interface Integration), однако они обладали гораздо меньшей функциональностью и требовали наибольших трудозатрат по доработке.

## **Влияние социальных функций**

Второй по значимости тенденцией становится появление социальных функций в CRM. Так, например, этот функционал появился в отдельном онлайн-сервисе – Microsoft Social Engagement (панель Microsoft Social Listening). Это онлайн-сервис, который позволяет организациям мониторить средства социального общения (социальные сети, блоги, видеохостинги и т.д.), чтобы собирать мнения о бренде, продуктах, услугах и сотрудниках, оценивать результат маркетинговых кампаний, выявлять тенденции и влиятельных людей. Social Engagement имеет однотипный интерфейс с CRM и позволяет интегрироваться с ним на уровне панелей мониторинга (Dashboard). В самой же CRM появилась возможность "бесшовно" подтягивать сообщения из социальных сетей посредством интеграции.

Новая функциональность касается, в частности, инструментов интернет-маркетинга, которые выходят на новый уровень за счет тесной интеграции с системами коммуникаций: телефонией, SMS, Web-сайтами, системами e-mail-рассылок. Тем самым обеспечивается наличие простых для пользователя и одновременно очень гибких бизнес-решений, позволяющих проводить маркетинговые кампании с использованием различных каналов коммуникаций.

## **Мобильные приложения**



На четвертом месте по списку (но не по значимости) можно поставить мобильные приложения к CRM-системе. За последние годы их функциональность значительно изменилась. Современные мобильные приложения позаимствовали у большого CRM много дополнительных функций: появляются графики, панели мониторинга, офлайн-возможности и т.д. Что особенно нравится пользователям – это охват: большинство вендоров создают мобильные приложения сразу на три самые распространенные платформы: Android, iOS и Windows Phone, а также отдельно адаптируют их под форматы смартфонов и планшетов. Появление мобильных приложений значительно расширило возможности пользователей CRM. Например, торговые представители могут прямо "в поле" получать актуальную информацию из системы.

## Изменения интерфейса и новые функции

Также значительным изменениям подвергаются интерфейсы систем в пользу простоты и лаконичности (так называемый flat-дизайн). Помимо этого в CRM за последние годы было реализовано множество новых функций, как сугубо технических, так и пользовательских. Среди пользовательских функций можно выделить расширение возможностей продуктового каталога, построение визуальной иерархии между различными объектами, процессный подход для обработки различных операций (например, процесс продаж).

Последнее, на что стоит обратить внимание, это расширение возможностей интеграции с другими продуктами, например [Microsoft Dynamics CRM](#) теперь легко интегрируется с облачным [Office 365](#), SharePoint, OneNote, [Skype for](#)



[Business](#), Bing Map, Cortana. Так, например, для компании Paulig Group в России ключевым фактором при выборе решения стала возможность его интеграции с сервисами [Microsoft SharePoint](#) и Office 365, работающими на уровне всего холдинга и создающими совместную рабочую среду сразу для нескольких подразделений компании.

Кроме того, с ростом популярности импортозамещения у некоторых CRM-систем появляются готовые модули интеграции с решениями на платформе 1С, что позволяет клиенту автоматизировать, например, управление торговым предприятием и внедрить CRM-систему без дополнительных временных затрат и средств на интеграцию.

## **Заключение**

Таким образом, очевидно, что с каждым годом функциональность CRM-систем, как международных, так и отечественных, сильно меняется: совершенствуются платформы, модифицируются возможности конфигурации, расширяется функциональность. Системы становятся все более мощными и интеллектуальными, сами напоминая нам о забытых встречах и договоренностях, анализируя собранную нами статистику и исследуя сообщения о нашей компании в социальных сетях. Кто знает, что ждет нас в будущем? Возможно, уже в следующем году CRM будут заказывать нам такси для поездки к клиенту или подсказывать, с каким клиентом, когда и в каком ресторане следует поужинать. Будем с удовольствием наблюдать за новыми идеями. В общем, stay tuned, будет интересно!

*Материал опубликован в журнале «Технологии и средства связи»*