

02 августа 2016

## Перспективные технологии CRM

Новый обзор портала TAdviser, посвященный рынку CRM-решений, рассказывает о состоянии российского сегмента этого рынка, новой функциональности существующих систем и перспективах у отечественных заказчиков. Вопросы обзора комментируют ведущие игроки рынка, в том числе Сергей Сафронов, директор департамента CRM ГК «КОРУС Консалтинг».

### Оценка российского рынка CRM-систем по итогам 2015 года

На российском рынке CRM-систем в 2015 году прослеживалась отрицательная динамика. Количество новых проектов сокращалось, особенно чувствительный удар получили иностранные вендоры CRM, доля которых за последний год существенно снизилась.

По оценкам Юлии Амириди, заместителя генерального директора по развитию бизнеса компании Intersoft Lab, отечественный рынок CRM в 2015 году продолжил падение, начавшееся в 2013 году.

«По данным из открытых источников, количество новых заказчиков CRM-систем и инициированных ими проектов во всех отраслях ежегодно сокращается в два раза. В банковском сегменте, который последние три года остается отраслевым лидером потребления CRM-систем, в 2015 году спрос впервые опустился ниже уровня кризисных 2008-2009 гг.», - говорит



Амириди.

Говоря о неблагополучном годе для иностранных разработчиков CRM-систем, Юлия Амириди замечает, что в среднем по рынку их доля сократилась почти в два раза – с 77,8% в 2014 году до 40% по итогам 2015 года, а в финансовом секторе зарубежные поставщики практически полностью уступили традиционно принадлежавшие им 30% рынка решениям отечественной разработки, практически не сумев привлечь новых заказчиков.

«Основными потребителями CRM остаются крупнейшие и крупные игроки рынка, в частности, в банковском сегменте таковых 67%. Судя по итогам первого квартала 2016 года, именно они будут «делать бизнес» поставщиков CRM в 2016 году, что заставляет ожидать дальнейшего сокращения рынка на уровне 25-30%», - добавляет представитель Intersoft Lab. »

Ряд экспертов отмечает, что 2015 год стал годом борьбы за эффективность проектов внедрения CRM-систем. В частности, заказчики, которые запустили проекты внедрения таких систем в 2015 году, стали ещё более требовательны к исполнителю.

«Мы видим, что скрупулёзному анализу со стороны заказчика подвергается всё: функциональные возможности предлагаемой платформы, подход к выполнению проекта, оценка сроков и трудоёмкости проекта, конечно же, ценообразование. Но особое внимание уделяется опыту и возможностям команды, которую исполнитель готов выделить для реализации проекта, а также наработкам, которые может предложить исполнитель заказчику, позволяющим использовать накопленный успешный отраслевой опыт», -

## **говорит Сергей Сафронов, директор департамента CRM ГК «КОРУС Консалтинг».**

Максим Андреев, директор по бизнес-приложениям компании КРОК, считает, что рынок CRM-решений, как и рынок автоматизации базовых функций корпоративного управления, таких как финансы, логистика и кадры, находится в стадии насыщения и сейчас в основном идет неспешное развитие уже внедренных систем или миграция на новые версии.

«На рынке много специалистов, уровень зрелости процессов у заказчиков достаточно высокий, что ведет к сравнительно низким рискам внедрения. Все чаще заказчики совмещают в одном контракте методологическую постановку процессов планирования, бюджетирования, консолидации и последующую автоматизацию», - рассказывает Андреев.

По мнению Регины Камалетдиновой, руководителя дирекции внедрения информационных систем Казанского офиса «1С-Рарус», на рынке наблюдается стагнация, руководители компаний все чаще стараются экономить на программном обеспечении и пытаются максимум «выжать» из того, что уже приобрели в прошлые годы.

## **Главные тренды российского рынка CRM**

С целью узнать какие тенденции наиболее заметны и перспективны для отечественного рынка CRM-систем, TAdviser в мае 2016 года опросил ряд российских компаний.

Так, по мнению **Сергея Сафронова, директора департамента CRM ГК «КОРУС Консалтинг»**, главными трендами рынка являются эффективность и гибкость, причем это касается не только возможностей платформ, но и подхода к выполнению проектов.

Максим Андреев, директор по бизнес-приложениям компании «Крок», к основным трендам относит переход решений в облака, более тесную интеграцию CRM со смежными бизнес-процессами и более активное участие бизнес-консалтинговых компаний в проектах по автоматизации.

«Важным трендом является использование облачных решений. И хотя доля таких проектов пока невысока, этот факт имеет очень важное, даже переломное значение: компании доверяют хранение своих финансовых данных внешнему SaaS-провайдеру. А если финансисты компании уже не боятся, то использование облачных сервисов будет нормой и для других ИТ-сервисов», - считает Андреев.

В группе компании «ИНТАЛЕВ» полагают, что предназначенные для контроля, полноты и достоверности информации традиционные финансовые приложения трансформируются в решения, направленные на управление макро-целями компаний. По мнению Елены Поляковой, генерального директора «ИНТАЛЕВ», функционал CRM-систем будет неминуемо расширяться, включив разработку методологии и автоматизацию всех этапов целевого управления: Цели-Мероприятия-Персонал-Бюджеты. Также немаловажной областью развития рынка, по её словам, станет создание возможности полноценной работы с данными на мобильных устройствах и поддержка облачных технологий.

Юлия Амириди, заместитель генерального директора по развитию бизнеса компании Intersoft Lab (Интерсофт Лаб), специализирующейся в области управления эффективностью банковского бизнеса, выделила 4 доминирующих направления развития CRM в финансовом секторе.

Первое – это расширение состава потребителей. Помимо финансовых департаментов, которые являются традиционными заказчиками CRM-систем, новыми потребителями ПО для управления эффективностью постепенно становятся бизнес-подразделения, прежде всего розничный и корпоративный блок, службы развития и маркетинга, которые зачастую обладают собственными бюджетами на бизнес-аналитику. Они – основные заказчики аналитической отчетности и новые потребители функциональности для оценки финансовой результативности бизнес-направлений, точек продаж, продуктов, клиентов, каналов сбыта и проч., которые позволяет рассчитывать система управления эффективностью. Расширение состава пользователей, по мнению Юлии Амириди, делает CRM-системы, с одной стороны, более доступными за счет распределения финансовой нагрузки между бюджетами разных подразделений, а с другой, обеспечивает получение непротиворечивых данных и принятие согласованных решений разными потребителями внутри банка.

Второе направление - самообслуживание в аналитике. Сформировавшаяся на фоне экономической нестабильности потребность в ситуативном анализе, стремление получать новые аналитические и управленческие отчеты быстрее, без привлечения ИТ-специалистов, помогает укрепиться в банковском сегменте поставщикам современных высокопроизводительных инструментов Business Intelligence (BI), использующих in-memory вычисления.



По мнению Юлии Амириди, можно прогнозировать, что приобретенный банками опыт применения таких средств в ближайшее время усилит потребность в решении задачи финансовой консолидации на базе хранилищ данных, отвечающих за подготовку данных для анализа и обладающих развитыми инструментами контроля и оценки их качества.

Еще одно доминирующее направление развития CRM – это простота и доступность эксплуатации. По словам заместителя генерального директора Intersoft Lab, функциональность CRM-систем постоянно усложняется. Вместе с тем решения, представляющие собой «черные ящики» из макросов, второпях «допиленных» разработчиками в ходе проектов внедрения, уходят в прошлое. Заказчики стремятся выбирать готовые тиражные CRM-платформы, обладающие понятными «говорящими на одной языке» с пользователем интерфейсами, которые позволяют финансистам и бизнес-пользователям самостоятельно и оперативно производить настройку и перенастройку приложений, адаптируя ПО под изменяющиеся методические требования.

И последнее, четвертое направление - компонентный подход и использование открытого софта. Как отмечает Юлия Амириди, с целью оптимизации расходов банки активно рассматривают использование компонентов open-source software при построении CRM-систем. Потенциальные кандидаты «на замену» - СУБД, ETL и BI. Использование open-source компонентов позволяет сократить стоимость владения управленческой системой за счёт экономии на приобретении и эксплуатации лицензий, полагает эксперт Intersoft Lab.

## **Изменение потребностей заказчиков CRM-систем**

В сложных экономических условиях ИТ-бюджеты многих компаний сокращаются, однако, прежние задачи остаются, поэтому заказчики теперь часто требуют лучшего за меньшие деньги и фокусируются на приоритетах, одним из которых является повышение эффективности.

В частности, о фокусировке на эффективность говорит Елена Полякова, генеральный директор группы компаний «ИНТАЛЕВ». По её словам, в первую очередь заказчиков интересуют методики и системы, функционал которых позволяет повысить внутреннюю (операционную) эффективность, и при снижении объёмов продаж удерживать норму рентабельности.

Юлия Амириди, заместитель генерального директора по развитию бизнеса Intersoft Lab, замечает, что структура потребностей заказчиков CRM в течение последних трех лет характеризуется завидным постоянством, но в условиях ограниченных финансовых возможностей происходит фокусировка приоритетов.

«В результате по итогам 2015 года для задач управления прибылью, которые в самом чувствительном к переменам финансовом секторе в последние годы стабильно замыкают тройку приоритетных направлений CRM-автоматизации, отмечен рост спроса. А общее снижение потребления происходит за счет сокращения проектов внедрения приложений для подготовки регуляторной отчетности, а также систем оперативной аналитической, управленческой и финансовой отчетности, занимающих по-прежнему вторую и первую позиции в рейтинге востребованности CRM-технологий в банках. Также улучшили свои позиции традиционные аутсайдеры финансового сектора - приложения для планирования и

хозяйственного бюджетирования – по сравнению с 2014 годом количество таких проектов увеличилось», - рассказывает Амириди.»

Всё это, по её словам, означает, что фокус внимания потребителей СРМ вынужденно смещается с операционного уровня управления на тактический, от ситуативного анализа и соответствия нормам регулятора к планированию и измерению маржинальности бизнеса, поиску резервов прибыльности, укреплению финансовых «тылов».

**Сергей Сафронов, директор департамента СРМ ГК «КОРУС Консалтинг»,** считает, что заказчики в текущих условиях требуют лучшего за меньшие деньги. Причем это касается не только фазы внедрения, но и всего жизненного цикла системы. «Конкуренция среди интеграторов и платформ заставляет искать и находить возможности удовлетворить такие запросы», - отмечает Сафронов.

Максим Андреев, директор по бизнес-приложениям компании КРОК, в числе основных новых потребностей замечает возросшую требовательность заказчиков к срокам и новые требования к функциональности СРМ-систем.

По его словам, заказчики теперь хотят, чтобы проекты были короче, результаты быстрее, отсрочка платежа больше, а опыт проектной команды серьезнее. С другой стороны, добавляет он, появляются новые требования к функциональности – теперь заказчики всё чаще объединяют в рамках одного проекта бизнес-процессы «классического» СРМ со смежными процессами.

«Например, бюджет закупок может оказаться не самостоятельным объектом, а лишь выходом из более сложного процесса логистического планирования

всего производства», - говорит Андреев, добавляя, что «разделенные обычно в разных системах процессы планирования бюджета движения денежных средств и исполнения бюджета, управление заявками на оплату, должны быть столь сильно интегрированы, что преимущество получают российские решения, например «1С:Управление холдингом», где такие процессы изначально реализованы на единой платформе».

Леонид Нодов, первый заместитель директора по работе с корпоративными клиентами Казанского офиса «1С-Рарус», отмечает, что у заказчиков СРМ появился интерес к системам бюджетирования и системам визуализации ключевых показателей различного вида:

«Потребности заказчиков развиваются планомерно. К примеру, пять лет назад они только говорили о системах бюджетирования, но никто их не внедрял. С недавнего времени крупнейшие предприятия уже перешли к реальным внедрениям этих систем, но потенциал их используется не полностью. То же самое можно сказать и о системах визуализации ключевых показателей, которые помогают принимать решения высшему руководству».

## **Основные драйверы и барьеры рынка СРМ**

Российский рынок СРМ характеризуется высокой конкуренцией, которая стимулирует рост качества продуктов и услуг с одной стороны и приводит к снижению их стоимости - с другой. В таких условиях, по словам экспертов рынка, выживает сильнейший, чей бизнес организован более эффективно, издержки ниже, а продуктовые инновации уникальны и позволяют

результативно бороться и побеждать. Другими словами, ситуация стимулирует качественное развитие предложения на рынке СРМ, что является безусловным плюсом.

Так, по мнению Юлии Амириди, заместителя генерального директора по развитию бизнеса компании Intersoft Lab, в банковском сегменте рынка СРМ в условиях турбулентной экономики основным драйвером развития остаётся борьба за клиента и источники прибыльности.

«Это продуцирует интерес потребителей к СРМ-приложениям для планирования, оценки и анализа финансовой эффективности бизнеса, а также административных и хозяйственных расходов. Их использование помогает выявлять резервы прибыльности, скрытые в продуктовом предложении и ценовой политике, каналах продаж и организации обслуживания клиентов, исполнительской дисциплине бизнес-процессов».

По мнению Максима Андреева, директора по бизнес-приложениям компании КРОК, основным драйвером рынка СРМ являются новые экономические условия, в которых оказалась российская экономика. «Нужно внимательнее считать деньги, делать это чаще и точнее», - отмечает он.

Что касается барьеров, то здесь участники рынка отмечают такие факторы, как неопределенность в экономической политике, возможности отечественных СРМ-систем, а также сокращение ИТ-бюджетов.

Так, по мнению Юлии Амириди, основными препятствиями развития финансового сектора рынка СРМ, на котором работает компания Intersoft Lab,

является планомерное сокращение количества кредитных организаций и оптимизация ИТ-бюджетов потенциальных заказчиков на фоне экономической нестабильности и ужесточения требований регулятора. В этой связи, по её словам, особую актуальность приобретают методики для оценки экономической эффективности управленческих систем, позволяющие получить не только качественные, а прежде всего, количественные оценки выгод от [использования СРМ-систем](#).

Леонид Нодов, первый заместитель директора по работе с корпоративными клиентами Казанского офиса «IC-Parus», полагает, что барьеры носят внутрифирменный характер и зачастую это недостаточность развития руководителей и собственников компаний.

По мнению Сергея Сафронова, директора департамента СРМ ГК «КОРУС Консалтинг», существенным барьером сейчас являются возможности отечественных СРМ-систем, которые пока уступают мировым лидерам рынка.

«При этом мы видим, какие усилия прикладываются разработчиками для того, чтобы довести функциональные характеристики [платформ](#) до мировых аналогов. И когда это произойдёт, это станет важным драйвером рынка», - **полагает представитель «КОРУС Консалтинг».**

Неопределенность в экономической политике называет главным барьером рынка Максим Андреев. По его мнению, бизнес может существовать и быть успешным практически в любых условиях – лишь бы степень неопределенности позволяла вести планирование на горизонте времени, достаточном для внедрения системы и получения преимуществ от ее использования.

Регина Камалетдинова, руководитель дирекции внедрения информационных систем Казанского офиса «IC-Parus», называет 2 основных барьера рынка. Первый - это финансовый барьер, когда сложная информационная система обходится не дешево и не все клиенты готовы на это тратить деньги. Второй барьер, по её словам, это внедрение и дальнейшее использование системы внутри компании за счет собственных усилий. Сюда можно отнести обучение персонала, контроль за своевременностью занесения данных, а также личную ответственность каждого сотрудника.

*Материал опубликован на портале TAdviser, июль 2016*