

10 марта 2016

PONY EXPRESS: быстрее, еще быстрее

Кейс проекта по внедрению автоматизированной системы управления взаимоотношениями с клиентами на базе Microsoft Dynamics CRM для логистического оператора PONY EXPRESS.

В условиях высокой конкуренции на рынке логистических услуг заказчики ждут от оператора не просто хорошего сервиса, индивидуального подхода и моментальной реакции, но и безупречной согласованности в действиях продавцов, транспортного парка и контактного центра. Крупные компании ведут учет количества и частоты отправок своих клиентов и проводят сегментацию, но только полноценная CRM-система позволяет на основании этих данных сделать подход к клиентам дифференцированным, а все бизнес-процессы – целостными, управляемыми и эффективными.

В АО «Фрейт линк» (PONY EXPRESS) приступили к внедрению автоматизированной системы управления взаимоотношениями с клиентами в 2015 году, в компании ожидают, что 2016-й станет годом качественных показателей оценки работы менеджеров по продажам. Первые результаты впечатляют: время обработки заказов сократилось в восемь раз: с 24 часов до 3. Цикл продаж по телефону уменьшился больше чем вдвое: с 60 дней до 25. Конвертация запросов в клиентов выросла на 10%. В PONYEXPRESS отмечают также повышение уровня удовлетворенности клиентов на 5% по сравнению с аналогичными



результатами за 2014 год и сообщают о начале дистанционных продаж.

ОТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТОМ СИСТЕМАТИЗИРОВАЛИСЬ

PONY EXPRESS – международный логистический и 3PL-оператор, оказывающий полный комплекс услуг по обработке и доставке почтовых и грузовых отправок, услуги ответственного хранения и складской обработки. Компания обладает широкой региональной логистической сетью в РФ, включающей в себя 60 филиалов и 128 региональных представительств, а также подразделениями в Казахстане, на Украине, в Беларуси, Армении, Молдове, Кыргызстане, Узбекистане и Азербайджане. Сегодня логистический оператор обслуживает более 10000 направлений по России и СНГ, 224 страны мира.

До начала проекта работу с клиентскими данными менеджеры по продажам вели в разрозненных файлах. Такая ситуация рождала риск утраты информации и требовала слишком много времени для поиска нужных сведений о клиенте, не говоря уже о точном учете результатов взаимодействия сотрудников оператора с заказчиками. Поэтому в компании приняли решение о внедрении CRM-системы для отладки всего комплекса процессов по взаимодействию с заказчиками.

«В условиях динамичного развития бизнеса мы стали ориентироваться на новую концепцию продаж и новые коммерческие стандарты, которым не соответствовало разрозненное и несистемное ведение информации по взаимодействию с клиентами, – отмечает Владимир Виноградов, руководитель департамента продаж PONY EXPRESS. – Мы осознали необходимость внедрения единого CRM-инструмента, в рамках которого возможны осуществление регистрации и обработки данных о клиенте,

фиксация коммерческих активностей, ведение общей клиентской базы, сбор статистики. Ключевой целью проекта для нас стало привлечение новых клиентов, увеличение количества повторных продаж и рост лояльности за счет систематизации всей информации о заказчиках, повышения качества обслуживания и скорости реакции на обращения, а также создания инструмента для отслеживания результатов работы менеджеров по продажам».

CRM ДЛЯ БЫСТРОГО РОСТА

Роль интегратора ответственного проекта в PONY EXPRESS отдали компании «Корус консалтинг», поскольку это один из ведущих российских партнеров Microsoft по внедрению бизнес-приложений, важным фактором выбора также послужило наличие в его портфеле успешно завершенных CRM-проектов в логистических компаниях.

В PONY EXPRESS создано единое информационное пространство для взаимодействия с клиентами сотрудников центрального офиса и региональных представительств компании по обеспечению полной согласованности в действиях продавцов, маркетологов и аналитиков. В системе консолидируется клиентская база, учитываются и обрабатываются запросы, поступившие по любым каналам взаимодействия с заказчиками: через сайт, по электронной почте или телефонному звонку. Кроме того, система используется в качестве полноценного инструмента планирования работы с клиентами, в частности за счет возможности создавать напоминания, вести календарь активностей и фиксировать результаты. У отдела маркетинга появился удобный инструмент сбора статистики об источниках поступления потенциальных клиентов, в результате сократилось

время подготовки маркетинговых кампаний и информирования клиентов по телефону, электронной почте и другим каналам.

«Мы хотим, чтобы CRM-система стала полезным инструментом для всех сотрудников, которые общаются с клиентами. Поэтому мы ввели новое правило, по которому каждый менеджер обязан регистрировать в системе информацию не позднее чем через 24 часа с момента события или получения информации от клиента. Таким образом, CRM в нашей компании станет единым источником получения необходимых и максимально актуальных данных по клиентам», – комментирует Владимир Виноградов, руководитель департамента продаж PONY EXPRESS.

В рамках проекта планируется также интеграция с текущей ERP-системой компании, в которой выполняются все операции, связанные с оказанием услуг доставки отправок и услуг, оказываемых интернет-магазинам. Таким образом, сотрудники PONY EXPRESS получили доступ ко всем данным о клиенте без необходимости переходить из одной системы в другую.

«Логистика – одна из тех отраслей, которая требует особого подхода в работе с клиентами. Огромное количество поступающих запросов из разных каналов нуждается в удобном инструменте для оперативной обработки обращений, для выстраивания прозрачного и управляемого процесса продаж. Мы очень рады, что наше решение «попало в точку» и действительно помогает логистическим компаниям ежедневно улучшать показатели бизнеса и в итоге больше зарабатывать», – рассказывает Мария Бар-Бирюкова, заместитель генерального директора ГК «Корус консалтинг».

«Внедрение CRM-системы в логистических компаниях – это часть глобальной стратегии взаимоотношений с клиентами. Изменения претерпевают и сайт, и личный кабинет, и внутренние системы, меняются процессы, а иногда и люди. Внедрение CRM позволяет планировать и проводить дополнительную работу по возвращению ушедших заказчиков, стимулировать постоянных клиентов на приобретение дополнительных услуг и сервисов, выделять персональных менеджеров и консультантов для VIP-клиентов. Кроме того, CRM-система позволяет учитывать вклад каждого менеджера и руководителя в общее дело», – считает Максим Потапов, руководитель проектов компании «Корус консалтинг».

БОЛЬШИЕ ПЛАНЫ

«Нам был нужен продукт, который может легко адаптироваться, меняться вместе с компанией для завоевания новых сегментов рынка. Также важно, сможет ли новое решение интегрироваться с существующими системами. По всем критериям Microsoft Dynamics CRM подошел нам как нельзя лучше, к тому же мы не единственный логистический провайдер, использующий эту систему», – говорят в PONY EXPRESS. Система обладает широкой функциональностью и в то же время достаточно проста для быстрой адаптации пользователей. Сейчас в системе работают около 150 сотрудников коммерческого департамента, с введением в эксплуатацию следующих модулей проекта число пользователей вырастет до 400. В планах – автоматизация работы контактного центра, которая позволит операторам быстро обрабатывать запросы и получать отчетность в режиме online, и интеграция с системой электронного документооборота, которая обещает сделать работу с договорами и претензиями более эффективной.

Материал опубликован на портале издания "Ведомости"

