

19 ноября 2023

Российский рынок CRM-систем 2022-2023

Для успешной реализации целей любой компании необходимо наличие современных, правильно подобранных ИТ-инструментов. И CRM-система – одно из важнейших решений в этой категории. Умелое внедрение CRM-системы знаменует собой начало перевода в «цифру» всех взаимодействий с клиентами, позволяя полностью контролировать процесс продаж и все этапы работы менеджеров соответствующих отделов. На основании анализа этой информации руководство может более рационально принимать ответственные решения, вносить существенные правки в работу и делать обоснованные прогнозы на будущее.

Как и в других сегментах российского ИТ-рынка, в области CRM-систем наблюдаются трансформационные процессы, связанные с перестройкой рынка на фоне ухода зарубежных игроков из России. В связи с этим многие компании вынуждены переходить на новые, непривычные им решения, с иным набором возможностей, другой реализацией стандартных функций. И если с отечественными CRM-решениями СМБ-класса дела в целом обстоят хорошо, то ситуация с CRM для крупного бизнеса уже не такая безоблачная, так как на этом поле доминировали мастодонты Salesforce, Microsoft, SAP, Oracle и Terrasoft, которые решили покинуть российский рынок. О том, как участники рынка решают возникшие проблемы, а также о трендах CRM-



технологий в целом мы и предлагаем поговорить.

ДИНАМИКА РЫНКА

Сейчас, в 2023 году, мы видим динамику импортозамещения CRM на предприятиях российского бизнеса, а также появление новых отечественных систем. Причем важно отметить, что если раньше российские CRM-производители в основном сами выступали в качестве интеграторов, то теперь многие открыли партнерские программы и сосредоточились в основном на дальнейшей разработке решений, отдавая внедрение и поддержку на откуп партнерам.

Максим Потапов,
ГК «КОРУС Консалтинг»

Эксперт департамента CRM ГК «КОРУС Консалтинг» Максим Потапов

подчеркивает, что 2022 год стал переломным для всех отраслей, в том числе и для рынка CRM в России. Во-первых, практически в одно и то же время все крупнейшие иностранные производители таких систем, как Microsoft, Salesforce, Siebel, Creatio, сообщили о прекращении работы на территории Российской Федерации как в части продажи решений, так и оказания услуг по технической поддержке заказчиков. В этой ситуации клиенты, которые использовали облачные версии CRM, оказались под ударом первыми и начали быстро искать альтернативные решения. В ходе поиска они уделяли

особое внимание тому, чтобы данные, хранившиеся в CRM-системах, были сохранены. Во-вторых, начиная с 2022 года государство стало активнее регулировать внедрение западного ПО. Российские компании столкнулись с ограничениями на использование иностранного софта, особенно в таких важных сферах, как госсектор и финансовые услуги. Уход ключевых вендоров и активизация российских разработок привели к тому, что рынок наполнился решениями отечественных компаний. Часть из них уже вели разработку CRM-систем и раньше, а кто-то начал создавать продукт с нуля, резюмирует г-н Потапов.

ПЕРЕХОД НА ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ПО

Несмотря на то, что процесс перехода с иностранных систем на российские идет как минимум с 2014 года, развивался он до недавнего времени достаточно неторопливо, а в сфере корпоративных CRM даже неохотно. Тем не менее события прошлого года запустили новый виток импортозамещения, которое перешло из статуса добровольного в вынужденное и значительно ускорилось. Каковы темпы этого перехода и как уже изменилась доля отечественного ПО в сегменте CRM?

По словам **Максима Потапова**, чем масштабнее CRM-система в компании, тем сложнее процесс перехода на новое решение, поэтому только около половины компаний переходят полностью или частично на новые CRM. Остальные либо думают о переходе, либо надеются обойтись каким-то образом поддержкой существующего решения. Первыми инициировали проекты по импортозамещению компании, у которых были облачные CRM, и

те, кто попал под ограничения регулятора: они либо перешли на вариант CRM on-premises западных вендоров, либо выбрали российские аналоги.

CRM ДЛЯ ВСЕХ

Ситуация с доступностью качественных отечественных CRM-решений для разных категорий заказчиков сильно различается. В основном это связано с законодательными требованиями и размером бизнеса заказчика. Небольшим компаниям проще закрыть свои CRM-потребности, а крупным – значительно сложнее. И этому есть свое объяснение.

Максим Потапов утверждает, что компаниям в сфере среднего и крупного бизнеса выбрать новое решение достаточно трудно. Во-первых, не все российские продукты отвечают уровню функциональности и качеству западных решений, к которым привыкли большие игроки. Во-вторых, у некоторых компаний есть проблема финансирования новых проектов. Часть российских игроков, которые использовали CRM иностранного производства, были филиалами или дочерними предприятиями международных компаний. Часто внедрение и поддержку CRM финансировали из головного офиса. Сейчас они столкнулись с ситуацией, когда штаб-квартира отключила ИТ-системы, новое финансирование в таком же масштабе отсутствует, и нужно проводить проект импортозамещения. В таком случае решением вопроса нередко становится повторение бизнес-процессов в более экономичном, но менее функциональном решении. Как говорит г-н Потапов, российские CRM уже полностью решают базовые задачи бизнеса, но еще отстают от иностранных решений в таких вопросах, как Low-code- и No-code-

кастомизация, техническая поддержка, партнерские сети интеграторов.

ВАЖНЫЕ АСПЕКТЫ

Один из ключевых вопросов, волнующих всех без исключения заказчиков CRM (и не только), на что стоит обратить особое внимание при выборе ПО.

Как рассказывает **Максим Потапов**, при выборе CRM все чаще компании в качестве одного из основных требований отмечают удобство и качественную эргономику системы: «Будет приятно работать – будут активно работать, будут данные для анализа и принятия решений». Для руководителей крайне важна возможность анализировать оперативные данные, а значит, в системе должны быть соответствующие инструменты для быстрого построения графиков, диаграмм, сводных таблиц, отчетов – и все это желательно «без строчки кода». Большое значение имеет количество реализованных на конкретной платформе проектов – это показывает уровень ее зрелости.

«Несмотря на то, что многие вендоры самостоятельно внедряют свои продукты, мы видим тенденцию, когда крупные клиенты стремятся реализовывать проект именно с интеграторами, а не с вендорами. Бизнес объясняет это тем, что вендор часто ограничивается функциональными возможностями именно своих решений, в то время как крупные интеграторы, как правило, имеют богатый проектный опыт и могут адаптировать систему под индивидуальные потребности бизнеса», – поясняет г-н Потапов.