

23 июня 2010

Система управления отношений с клиентами повышает рост продаж до 20% – исследование «КОРУС Консалтинг»

Системы управления отношениями с клиентами, которые начинают сегодня внедряться в повседневную практику работы многих российских компаний, уже доказали свою эффективность за рубежом. Крупнейшая CRM-система, доступ к которой предоставляется онлайн, Salesforce.com, даже стала крупнейшим провайдером услуг в области облачных вычислений. Такой рост компания смогла продемонстрировать исключительно благодаря тому, что уже миллионы клиентов пользуются основной услугой Salesforce.com – CRM-системой.

Лучшими показателями результативности внедрения CRM является увеличение количества продаж, которое, по данным зарубежных экспертов, в значительной части компаний составляет 10%, а в некоторых случаях может достигать и 20%.

Результаты исследования, проведенного отделом маркетинга компании «КОРУС Консалтинг» в 20 российских компаниях, использующих CRM не менее 1 года, показали следующие результаты: максимум роста продаж за год



– 20%, минимальный показатель – 5%.

Какие CRM-системы лидируют на рынке сегодня? Особой популярностью пользуется система Microsoft Dynamics CRM.

Преимущества решения от Microsoft, по мнению пользователей – в легкой интеграции с другими бизнес-продуктами редмондского гиганта, от популярного в корпоративной среде Outlook до ERP-систем семейства MS Dynamics, также широко распространенных на российских предприятиях.

Следующее место по популярности занимает CRM-решение, входящее в состав продукта «1С: Управление торговлей 8». Интегрированная с другими приложениями 1С, эта система получила широкое распространение в силу невысокой стоимости ПО и внедрения.

Дальнейшие предпочтения распределились между такими продуктами, как Terrasoft CRM и Naumen CRM, а также свободными программными продуктами Sugar CRM и vTiger CRM.

Однако было бы неправильно полагать, что результат внедрения CRM проявляется только в улучшении статистики продаж. Эффект использования таких систем сказывается на многих аспектах деятельности компании – и прежде всего, на финансовой составляющей. К примеру, в результате использования CRM управленческие и операционные расходы могут быть сокращены на 15-20%, а коммерческие затраты – на 30-35%. Компании, которые начали использовать CRM-систему, отмечают также уменьшение в среднем на 10-15% дебиторской задолженности. Есть еще и аспекты психологического характера, которые должна учитывать в своей



деятельности любая компания. Сокращение времени, которое требуется на реализацию продукции, повышает уважение и доверие клиентов к компании. Опрошенные специалистами «КОРУС Консалтинг» руководители компаний, участвовавших в исследовании, отмечали, что средняя экономия времени по ведению договора после внедрения CRM составляет 25-30%. по сравнению с предыдущими периодами.

Стоит отметить и повышение мотивации, которую несет с собой внедрение CRM: каждый сотрудник начинает наглядно видеть эффективность собственных усилий и свою роль в общем успехе компании, отметили респонденты.