

19 января 2016

«Стройландия» заложила фундамент для роста продаж при помощи Microsoft Dynamics CRM

ГК «КОРУС Консалтинг» завершила проект по созданию системы взаимоотношений с клиентами в сети строительных магазинов «Стройландия». Решение, объединившее в себе все процессы, связанные с работой с покупателями – от регистрации потенциальных объектов строительства, их развития и обработки заказов до контроля исполнения процесса продаж и аналитических инструментов для оценки и создания прогноза продаж – реализовано на базе платформы Microsoft Dynamics CRM.

«Стройландия» - одна из крупнейших сетевых компаний российского рынка строительных и отделочных материалов и товаров для дома. В настоящий момент в управлении компании 30 магазинов в 20 городах Российской Федерации, два распределительных центра. В штате работает более 1900 сотрудников. Ежегодно компания обслуживает более трех млн. покупателей.

Несмотря на то, что основная информационная система «Стройландии», созданная на базе системы 1С, содержит в себе множество функций, связанных с ценообразованием и обработкой заказов покупателей, ее

недостатком является отсутствие блока для управления взаимоотношениями с клиентами, исполнения и контроля процесса продаж, инструментов для оценки и построения прогноза продаж. Кроме того, работа с клиентами и отчетность менеджеров по продажам велась в разрозненных Excel-файлах, что приводило к значительным трудозатратам при подготовке общих сводных отчетов о продажах в разрезе контрагентов, деятельности и эффективности менеджеров. Компании требовалась единая современная система, которая бы объединила все бизнес-процессы, связанные со взаимодействием с покупателями.

«При выборе CRM-решения нашей основной целью было создание единой базы клиентов и объектов строительства с возможностью хранения в ней абсолютно всей истории взаимодействия с ними. За счет очевидного улучшения качества клиентской базы и новых возможностей оценки и прогнозирования мы планировали на порядок увеличить объем продаж в сфере B2B, к чему мы сейчас планомерно идем. Уже сейчас я вижу изменения ключевых показателей, например, количество регистрируемых и развиваемых менеджерами объектов строительства увеличилось в среднем на 40 процентов, это безусловно отразится и на факте продаж», – говорит **Олег Карташов, директор по инновациям сети «Стройландия».**

В ходе проекта кроме организации базы клиентов, объектов, контактов и построения процесса продаж с оценкой потенциала, внедрения блока «управление целями», включающего в себя не только цели по доходу, но и количественные показатели, например, по новым объектам, количеству встреч и др., были проведены работы по интеграции CRM-решения с информационной системой 1С по справочникам, номенклатуре и ценам на

товары ритейлера, а также по клиентам и заказам. Раньше встречи планировались и согласовывались вручную при помощи Excel, что занимало у менеджеров до нескольких часов работы в неделю. Теперь все встречи фиксируются и отображаются в системе, данные о них всегда доступны руководителю в режиме онлайн.

Интересной деталью проекта стала интеграция с сервисом Яндекс.Карты, которая дала возможность проводить визуальный анализ данных по объектам и клиентам. Например, в системе возможно произвести визуальную оценку соотношения количества клиентов и их географии среди тех заказчиков, с которыми давно не было контакта, а также по любым другим, свободно задаваемым параметрам, что раньше сделать было невозможно. В настоящий момент в CRM-системе начали работать около 50 пользователей, прежде всего, менеджеры по продажам и руководители коммерческих блоков. География пользователей системы распространяется не только на Оренбург и Оренбургскую область, но и города, где присутствуют магазины «Стройландии» - Чебоксары, Ижевск, Саратов, Альметьевск и другие.

«Одним из факторов, повлиявших на выбор именно CRM-системы от Microsoft, для нас стала возможность создания в будущем мобильной версии решения. Для нас очень важно обеспечить менеджеров «Стройландии» удобным инструментом, который бы позволил работать с клиентской базой вне офиса. В перспективе мы видим несколько вариантов работы мобильного клиента, основанного на [Microsoft Dynamics CRM](#) для того, чтобы обеспечивать более эффективную деятельность сотрудников «в полях», – отмечает **Олег Карташов**.

«Для того, чтобы следовать стратегии активного развития «Стройландии» необходим гибкий технологический инструмент, который бы динамично подстраивался под изменения бизнес-среды, обеспечивая поддержку деятельности ритейлера. Выбрав CRM-решение от Microsoft, компания получила надежную платформу для развития и укрепления клиентской базы с широкими возможностями для анализа и прогнозирования продаж», – комментирует **Мария Бар-Бирюкова, заместитель генерального директора ГК «КОРУС Консалтинг».**

Для «КОРУС Консалтинг» это не первый опыт работы с компанией. В 2014 году совместными усилиями в «Стройландии» была внедрена система автоматизации бюджетирования на основе **Oracle Hyperion Planning**, а в 2015 году «КОРУС Консалтинг» автоматизировал аналитическую отчетность интернет-магазина сети на платформе QlikView.