

27 августа 2016

В «СТС Медиа» завершена трехуровневая автоматизация продаж рекламы

Завершен масштабный проект внедрения CRM-системы на платформе Microsoft Dynamics CRM в крупнейшем медиахолдинге России. Созданное командой «КОРУС Консалтинг» решение для «СТС Медиа» позволило компании в несколько раз увеличить свою прибыль за счет автоматизации продаж интернет-рекламы, спонсорских и трансмедиа проектов.

Ситуация до внедрения CRM-системы

В управлении «СТС Медиа» находятся четыре эфирных телевизионных канала, «31 канал» в Казахстане, а также международная версия канала «Перец» и ряд цифровых развлекательных медиаактивов. Компании требовалась единая автоматизированная система хранения, поиска, отображения и анализа данных.

Когда клиентская база достигает определенных размеров, на первый план выходят задачи по синхронизации работы менеджеров и систематизации данных о клиентах. И без автоматизации просто не обойтись. Нам требовался инструмент для отслеживания всех активностей по клиенту, проведения единых маркетинговых кампаний, формирования аналитики по продажам



рекламы, а также для контроля движения сделок по воронке продаж. Все эти задачи и должна была решить CRM-система, — рассказывает о проекте Олег Фесенко, руководитель проектного офиса «СТС Медиа».

Выбор CRM-системы

Помимо создания системы, построенной с использованием современных архитектурных решений и технологий, для компании было важно обеспечить высокую информационную безопасность для тех сотрудников (не менее 50 человек), которые пользуются ей вне офиса.

В списке требований к новой CRM-системе также было упрощение взаимодействия с данными, позволяющее быстрее подключаться к работе в системе менеджерам без специальных технических навыков, гибкость настроек ролевой модели (разграничение прав доступа в разрезе ролей, клиентов, конкретных пользователей), адаптация к возможным изменениям в части организационной структуры, регламентов и порядка планирования, а также предоставление информации по доступным вариантам размещения рекламы для составления плановых и прогнозных расчетов.

В итоге в качестве платформы для реализации проекта была выбрана система Microsoft Dynamics CRM2013, способная поддерживать процессы управления продажами различных типов.

Специфика медийного рынка состоит в том, что далеко не каждое CRM-решение способно удовлетворить все потребности заказчиков в части ведения рекламной кампании. Мы нуждались в едином решении, охватывающем весь комплекс работ по взаимодействию с клиентами: от

хранения информации по их запросам до контроля продаж. Этим критериям полностью соответствовало решение на платформе Microsoft Dynamics CRM, — прокомментировал выбор Олег Фесенко.

Партнером проекта была выбрана ГК «КОРУС Консалтинг», которая одной из первых в России прошла аттестацию по Microsoft Dynamics CRM 2013. К тому же специалисты интегратора, обладающие опытом внедрения подобного решения в медиаотрасли, продемонстрировали глубокую экспертизу по внедрению CRM-системы и понимание бизнес-процессов медиакомпании.

Функциональность внедренного решения

Проект был разделен на три этапа. Первый этап, включающий в себя блок управления взаимоотношениями с клиентами, был завершен в феврале 2015 года. Сотрудники «КОРУС Консалтинг» в первую очередь создали единый справочник по всем контрагентам и синхронизировали его с корпоративной системой «1С: Эверест-С». Это позволило автоматически обмениваться данными по контактам, брендам, сделкам, договорам, оплатам и т.д. В результате стало возможным проведение категоризации рекламодателей по различным критериям, регистрация сделок, а также планирование и проведение маркетинговых поздравительных кампаний и учет подарков на складе. По завершении первого этапа в системе начали работу сразу несколько отделов компании – отдел продаж, документооборота, размещения рекламы, маркетинга, аналитики и ценообразования.

В рамках второго и третьего этапов был автоматизирован процесс учета продаж спонсорской и интернет-рекламы. После их завершения сотрудники отдела продаж «СТС Медиа» смогли вести в CRM-системе учет всех сделок,

размещений и коммитментов (финансовых обязательств от клиентов).

В рамках проекта Microsoft Dynamics CRM была также интегрирована с технологической платформой для управления рекламой AdFox, системой прогнозирования доступного рекламного инвентаря Maxifier и площадкой размещения рекламы VideoMore, что избавило менеджеров от необходимости обрабатывать огромный объем информации по каждому клиенту в разных программах при проведении рекламной кампании и упростило процесс своевременного контроля над расходом бюджета.

Объединение созданного CRM-решения с Microsoft SharePoint и Microsoft Lync позволило систематизировать хранение всех договоров по сделкам с рекламными материалами по размещению.

«Особенностью первого этапа проекта стала интеграция с системами Microsoft SharePoint и Microsoft Lync, что позволяет в рамках единого решения организовать хранение документов по сделкам, а также совершать исходящие звонки и фиксировать результат общения с клиентом. Таким образом, с помощью Microsoft Dynamics CRM удалось автоматизировать деятельность всех подразделений компании, задействованных в работе с клиентами и сделками,» — комментирует результаты первого этапа проекта Мария Бар-Бирюкова, руководитель департамента CRM «КОРУС Консалтинг» .

До реализации проекта процесс размещения рекламы занимал слишком много времени, поскольку в него вовлечено сразу несколько подразделений компании - юридический, рекламный и отдел продаж. Очень часто клиент хотел оперативно запустить рекламную кампанию с использованием уже

ранее оформленных документов. Внедрение CRM-решения на платформе Microsoft Dynamics CRM обеспечило сотрудникам доступ ко всем когда-либо согласованным рекламным материалам (баннерам, роликам и т.п.) по конкретному клиенту. Это не только увеличило скорость размещения рекламы, но и, что не менее важно, повысило коэффициент удержания постоянных клиентов.

В рамках проекта командой «КОРУС Консалтинг» было также реализовано два дополнительных модуля. Одним из них стал медиакалькулятор — единый инструмент по расчету стоимости размещения рекламы в соответствии с запрашиваемыми критериями заказчика: тип, срок, канал и т.п. После выполнения расчета сделка отправляется на подтверждение и согласование в соответствующие отделы.

Второй модуль использует отдельный тип действий – поздравления. В поздравлении фиксируется событие (праздник или день рождения) и подарок, который планируется подарить контактному лицу клиента. Такой подход позволяет использовать все данные клиентов для их поздравления с днем рождения и другими важными праздниками. За десять дней до мероприятия система автоматически генерирует список лиц для поздравлений и подбирает им подходящие подарки (с учетом пола, типа контактного лица) со специально сформированного для этой задачи склада. Его руководитель утверждает предзаказ подарков и отправляет его в отдел трейд-маркетинга, после чего происходит списание товара.

Результаты проекта

В ходе трехэтапного трансформирования системы по взаимодействию с клиентами «СТС Медиа» получил единую базу контрагентов, автоматизацию продаж интернет-рекламы, а также спонсорских и трансмедиа проектов. Кроме того, CRM-решение стало связующим звеном между шестью внутренними и внешними системами, используемыми холдингом: «1С: Эверест-С», AdFox, Maxifier, Microsoft SharePoint Server, Microsoft Lync и VideoMore.

Реализованное решение позволило достичь следующих результатов:

Систематизирована деятельность всех подразделений компании, задействованных в работе с клиентами. Теперь сотрудники самостоятельно проводят категоризацию рекламодателей по различным критериям, регистрируют сделки, планируют и проводят маркетинговые кампании. В результате увеличилась лояльность заказчиков по сравнению с предыдущим годом, поскольку CRM-система хранит всю историю с момента первого обращения и исключает повторную консультацию другим менеджером.

Значительно сократилось время на подтверждение расчётов. Раньше приходилось несколько раз проверять актуальность шаблона в Excel и сопоставлять его с официальными прайс-листами. Теперь система позволяет производить расчеты только с учетом актуальных прайс-листов. Другими словами, произвести неправильный расчет просто невозможно.

Продажи компании повысились в 2 раза. Единое решение позволило охватить весь комплекс работ по взаимодействию с клиентами: от хранения данных до контроля продаж. Такой подход в разы увеличил скорость обработки запросов и, как следствие, способствовал росту количества

успешно завершенных сделок.

На 20% снизились трудозатраты на планирование и размещение рекламных кампаний, что, соответственно, позволило менеджерам обрабатывать больше заказов.

«Нам было важно сократить трудозатраты на сбор требований и реализовать проект быстро и в срок. Поэтому свой выбор мы сделали в пользу команды ГК «КОРУС Консалтинг», которая обладает большим опытом внедрения CRM-системы именно в медиаотрасли,» — прокомментировал Олег Фесенко.

В данный момент в системе работает около 100 пользователей из департаментов продаж, поддержки продаж (отделов размещений и документооборота), торгового маркетинга и трансмедиа (отдела дистрибуции цифровых медиа), а также службы аналитики, юридического отдела и специалисты поддержки из департамента ИТ.

«Внедрение специализированного CRM-решения, которое учитывает особенности продаж в медиаотрасли, позволяет каждому сотруднику максимально эффективно раскрыть свой потенциал и тем самым в разы увеличить выручку всей компании. Мы очень рады, что холдинг «СТС Медиа» стал явным тому подтверждением,» — **отметила Мария Бар-Бирюкова, заместитель генерального директора ГК «КОРУС Консалтинг».**

Материал опубликован в издании «Практика CRM», август 2016