

The urgency of the implementation of CRM systems
Efromeeva E.¹, Lelaev M.², Efromeev N.³
Актуальность внедрения CRM-систем
Ефромеева Е. В.¹, Лелаев М. И.², Ефромеев Н. М.³

¹Ефромеева Елена Валентиновна / Efromeeva Elena - кандидат технических наук, доцент;

²Лелаев Магомед Исаевич / Lelaev Magomed – магистрант;

³Ефромеев Николай Максимович / Efromeev Nikolaj – преподаватель,
кафедра информационных технологий и вычислительных систем,

Московский государственный технологический университет СТАНКИН, г. Москва

Аннотация: в статье рассматривается вопрос актуальности внедрения индивидуальных CRM-систем, а также ключевые задачи, которые ставятся перед разработчиками этих систем. Проведен сравнительный анализ наиболее популярных систем. Рассмотрены проблемы их внедрения.

Abstract: the article discusses the relevance of implementation of custom CRM systems, as well as the key tasks posed to the developers of these systems. A comparative analysis of the most popular systems. Considers the problems of their implementation.

Ключевые слова: CRM-системы, взаимоотношения с клиентами.

Keywords: CRM systems, customer relationships.

CRM-система буквально означает система управления взаимоотношениями с клиентами. Функции этой системы более широкие, и они позволяют автоматизировать не только бизнес-процессы, связанные с клиентским обслуживанием [1].

Управление отношениями с клиентом определяется изменениями, произошедшими на рынке за последние десятилетия: усиление конкуренции, увеличение количества товаров и услуг, рост издержек на хранение и транспортировку продукции. Все это заставило современные предприятия использовать новые способы для удержания конкурентного преимущества и увеличения доходов. Именно поэтому многие предприятия стараются всеми способами привлекать новых клиентов и удерживать имеющихся, устанавливая долгосрочные и успешные отношения. Основная проблема заключается в том, что в последние время увеличилось количество клиентских потребностей, покупателям требуется более персонализированный сервис, товары и услуги, адаптированные под их потребности.

CRM-системы помогают выстроить новые долгосрочные отношения с клиентами, учитывать их потребности и предоставлять им необходимый сервис. CRM по сути является пирамидой, состоящей из трех пластов, где вершиной является стратегия компании по отношению к клиентам, средний пласт составляют люди и процессы, а фундаментом служит технологическое решения, используемые предприятием [2].

Компания «СвойАдмин» основана в 2014 году. Одним из направлений деятельности компании является построение и внедрение программных решений в области организации работы с клиентами, а также в области электронного документооборота. Специалисты организации за последнее время реализовали ряд внедрений CRM-платформ: продажа и аренда транспортных средств, система для агентства недвижимости, студия дизайна.

Разработка отдельной CRM-системы для каждой организации обуславливается невозможностью решать поставленные задачи на основе готовых имеющихся платформ. Готовые продукты рассчитаны на решение типовых задач, что подходит не всем компаниям. Тогда как индивидуальная разработка позволяет решить основные вопросы компании, связанные с внутренним документооборотом и взаимоотношениями с клиентами. Так же актуальность применения CRM-систем обусловлена необходимостью автоматизации процессов взаимодействия с клиентами и управления информации о них с целью повышения результатов работы и оптимизации управления процессами.

Ключевые задачи, которые обычно ставятся перед разработчиками CRM-систем:

1. Доступ каждого сотрудника к своему личному кабинету.
2. Автоматический расчет заработной платы каждого сотрудника.
3. Автоматический расчет премий.
4. Возможность онлайн переписки между сотрудниками.
5. Безопасность системы.

По требованию заказчика могут быть поставлены следующие задачи:

1. Автоматизация рабочего процесса сотрудников.
2. Автоматизация последовательности операций сотрудников компании.
3. Планирование, организация и контроль за прохождением сделки.
4. Автоматизация документооборота.

5. Планирование и организация деятельности сотрудников на протяжении определенного периода.

Оценивая риски проектов внедрения CRM-приложений, многие эксперты, отмечают, что наиболее критичным является низкий уровень готовности компании к внедрению. Многие компании уделяют большое внимание стандартизации учета планирования внутренней деятельности, что в основном определяется традицией, идущей еще с советских времен. Что касается внедрения CRM-систем, то здесь внешние стандарты отсутствуют. К сожалению, нет и традиции, стимулирующей необходимые для успеха проекта внутренние преобразования. До внедрения CRM этим, как правило, никто не занимается — предприятия ожидают, что стандартизация процессов произойдет в ходе внедрения CRM [3].

Основные причины возникновения проблем внедрения CRM-систем показаны на рис. 1.



Рис. 1. Причины возникновения проблем внедрения CRM-систем

Ожидания бизнес-заказчиков также могут оказаться серьезным препятствием на пути реализации проекта. Важно, чтобы реальные возможности системы отвечали этим ожиданиям.

В компанию «СвойАдмин» обратилась организация, предоставляющая услуги по доступу к Интернету, с просьбой разработать CRM-систему для их отдела продаж.

Перед принятием решения о создании индивидуальных систем для организаций был проведен анализ уже имеющихся готовых платформ (табл. 1).

Чаще всего классификацию CRM-систем проводят по трем категориям [4]:

по происхождению:

- отечественные;
- западные;

функциональности:

- управление контактами;
- управление продажами;
- CRM начального уровня;
- комплексное решение;

ценовому фактору:

- бюджетные версии;
- средний уровень;
- дорогие системы.

Таблица 1. Сравнительный анализ популярных CRM-систем

Функциональные возможности	Oracle Siebel CRM	1С: БИТРИКС 24	Terrasoft CRM	Microsoft Dynamics CRM	Компас CRM
WEB интерфейс	+	+	-	-	-
Клиентская база	+ -	+	- +	+	+

Управление бизнес процессами	+	+	+	+	-
Управление продажами	+	+	+	+	-
Уровни доступа сотрудников	- +	+	-	+	-
Задачи, расписание, поручения	+	+	+	+	+
Документо-оборот с клиентами	+	+	+	+	+
Интеграция с MS Office	+	+	+	+	+
Проекты	+	+	+	+	-
База данных	Oracle Database	Microsoft SQL Server	Различные СУБД	Microsoft SQL Server	MS SQL ORACLE
Стоимость (за одно рабочее место)	от 99,000 до 396,000 руб.	999 – 10,990 руб./месяц или 219,500 руб. за 25 мест	44,000 руб. или 1,000 – 2,700 руб./месяц	625 – 12,496 руб./месяц	от 4,000 до 12,000 руб.

Из-за особенностей выплат заработной платы и системы премий у данной организации, использовать уже готовые решения не представлялось возможным. Еще одна причина отказа от уже имеющихся систем — ценовой фактор.

Заработная плата менеджера продаж зависит от количества договоров, которые он заключил в течение месяца. В табл. 2 приведена система расчета заработной платы.

Таблица 2. Система расчета заработной платы менеджера продаж

Количество договоров	Процент от одного договора	Премия
До 30 договоров	20%	—
До 50 договоров	25%	—
До 70 договоров	40%	5000 рублей
Свыше 70 договоров	50%	10000 рублей

Все поставленные задачи функционирования CRM-системы были выполнены, и компания-заказчик осталась довольной результатами работы

Внедрение разработанной CRM-системы позволило достичь значительных результатов в области автоматизации бизнеса, а как следствие существенного упрощения взаимодействия менеджмента и сотрудников, самих сотрудников, денежных расчетов, документооборота, планирования ресурсов, времени и т.д.

Литература

1. CRM — системы // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://itsolutioncorp.ru/crm-системы/> (дата обращения: 27.04.2016).
2. Рыбаков А. В., Ефромеева Е. В. Управление функционированием производящего предприятия в компьютерной среде при выполнении индивидуальных заказов // НТИ (Наука, Технологии, Инновации). – 2003, - № 2. – с. 64-71.
3. Поляков К. Залог успеха CRM // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.osp.ru/cio/2010/03/13001425/> (дата обращения: 18.04.2016).
4. Виды и сравнительный анализ различных CRM-систем // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://goo.gl/EdSfmX/> (дата обращения 21.04.2016).