

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники»

УДК 005.53:004.6

КУХЛЕВСКАЯ
Виктория Сергеевна

**СИСТЕМА ПОДДЕРЖКИ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ
В IT-КОМПАНИИ**

АВТОРЕФЕРАТ

на соискание степени магистра технических наук

по специальности 1-53 80 02 Системный анализ, управление и обработка
информации (по отраслям)

Научный руководитель
канд.техн.наук, доцент
Севернёв А.М.

Минск 2019

Работа выполнена на кафедре информационных технологий автоматизированных систем учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»

Научный руководитель: **Севернёв Александр Михайлович**,
кандидат технических наук, доцент,
доцент кафедры ИТАС УО «БГУИР»

Рецензент: **Шмаков Михаил Сергеевич**,
кандидат технических наук, доцент
зав. кафедрой полиграфического
оборудования и систем обработки
информации УО «БГТУ»

Защита диссертации состоится «28» января 2019 г. года в 10⁰⁰ часов на заседании Государственной комиссии по защите магистерских диссертаций в учреждении образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» по адресу: 220013, г.Минск, ул. П.Бровки, 6, 4-й уч. корп., ауд.423, тел.: 293-88-23, e-mail: kafitas@bsuir.by.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники».

ВВЕДЕНИЕ

Для эффективного функционирования компании в условиях конкуренции необходимо уделять внимание каждому клиенту.

Клиентоориентированный подход применяют в своей деятельности всё большее количество компаний. В текущей рыночной ситуации на первое место выходит умение привлечь потенциального клиента, а затем удержать его, убедив в правильности его выбора вашей IT-компании. Но при огромной клиентской базе учет интересов каждого клиента является труднодостижимой целью.

Выходом из данной ситуации является внедрение в компании CRM-системы (от англ. Customer Relationship Management), что в переводе на русский язык звучит как «управление взаимоотношениями с клиентами».

С одной стороны, концепция CRM является подходом компании к пониманию поведения клиентов и использованию его для повышения уровня удержания и удовлетворенности своих наиболее прибыльных клиентов, при одновременном снижении издержек и увеличении эффективности взаимодействия с клиентом. С другой стороны, CRM является реализацией этих идей с помощью информационных технологий.

Программные средства CRM представляют собой специализированные системы, разработанные для автоматизации бизнес-процессов, процедур и операций и реализованные в виде CRM-стратегии компании. Основной целью внедрения ставится увеличение степени удовлетворенности клиентов за счет анализа накопленной информации о клиентском поведении, регулирования тарифной политики, настройки инструментов маркетинга. Благодаря применению автоматизированной централизованной обработки данных появляется возможность эффективно и с минимальным участием сотрудников учитывать индивидуальные потребности заказчиков, а за счет оперативности обработки – осуществлять раннее выявление рисков и потенциальных возможностей.

Идеологически CRM означает приоритет интересов клиента, который потребляет продукт бизнеса и таким образом обеспечивает существование и развитие бизнеса в долгосрочной перспективе. Новая концепция управления ставит в центр клиента так же, как концепция тотального управления качеством (TQM) – продукт, а процессный подход – бизнес-процесс. Однако поместить клиента в центр бизнеса практически, то есть – организовать всю деятельность компании, исходя из его интересов, означает необходимость прежде признать его ценность для компании. Это должно стать убеждением не только высшего руководства, но и каждого рядового сотрудника. Сам факт появления CRM-систем явился результатом осознания бизнес-сообществом необходимости изменения отношения к клиенту, осознания, может быть и вынужденного, его истинной и все возрастающей значимости.

Необходимость создания и/или поддержания эффективных отношений с клиентами в компании обуславливает актуальность выбранной темы.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

Управление отношениями с клиентом определяется изменениями, произошедшими на рынке за последние десятилетия: усиление конкуренции, увеличение количества предлагаемых товаров и услуг. Все это заставило современные предприятия использовать новые способы для удержания конкурентного преимущества и увеличения доходов. Именно поэтому многие организации стараются всеми способами привлекать новых клиентов и удерживать имеющихся, устанавливая долгосрочные и успешные отношения.

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 служат технологические решения, используемые компанией.

Выбор качественной CRM-системы приведет к повышению качества принятия решений, ускорению реализации стратегии и достижению исключительных результатов.

Степень разработанности проблемы

Исследование системы управления взаимоотношениями с клиентами проведено с использованием работ Ф. Ньюэлла, П. Гринберга, К. Ли, Р. Кинзябулатова, Р. Руянова, К. Сьюэлла, П. Брауна, Дж. Митчелла, Ф. Райхельда, Р. Марки, И. Манна, Е. Золиной, М. Недякина, а также публикаций британского консалтингового агентства, специализирующегося на CRM-системах.

Цель и задачи исследования

Целью работы является проведение исследования CRM-технологии и разработка системы поддержки работы с клиентами в IT-компании на базе CRM-системы.

Для достижения поставленной цели необходимо решить **следующие задачи**:

- а) провести анализ организации работы с клиентами в IT-компании и анализ CRM-технологии: основные определения, особенности применения;
- б) провести обзор и сравнительный анализ CRM-систем, действующих на рынке;
- в) разработать систему поддержки работы с клиентами в IT-компании на основе CRM-системы, выбранной по результатам сравнительного анализа.

Область исследования

Содержание диссертационной работы соответствует образовательному стандарту высшего образования второй ступени (магистратуры) специальности 1-53 80 02 – «Системный анализ, управление и обработка

информации (по отраслям)».

Теоретическая и методологическая основа исследования

В основу диссертации легли работы зарубежных маркетологов и менеджеров в области исследования CRM-систем. Созданная система разработана на основе действующей на рынке системы SugarCRM.

Информационная база исследования сформирована на основе литературы, открытой информации, сведений из электронных ресурсов, а также реальных данных о действующих на рынке CRM-системах.

Научная новизна

Научная новизна и значимость полученных результатов работы заключается в разработке поддержки работы с клиентами в IT-компаниях на базе действующей на рынке CRM-системы.

Теоретическая значимость работы заключается в детальном анализе системы управления взаимоотношениями с клиентами, CRM-технологий, процессов практического опыта их внедрения в IT-компаниях.

Практическая значимость диссертации состоит в разработанной системе поддержки работы с клиентами в IT-компаниях на базе действующей на рынке CRM-системы, которая позволит оптимизировать процесс работы с клиентами в IT-компаниях.

Основные положения, выносимые на защиту

1. Систематизация данных по применению CRM-систем, основанная на анализе CRM-систем, выявлении особенностей различных классов CRM-систем, исследовании их функциональности.

2. Разработанная система поддержки работы с клиентами в IT-компаниях, позволяющая автоматизировать процесс работы с клиентами в IT-компаниях.

Апробация диссертации и информация об использовании ее результатов

Результаты исследований, вошедшие в диссертацию, докладывались и обсуждались на 54-ой научной конференции аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР (г. Минск, Беларусь, 2018 г.).

Публикации

Изложенные в диссертации основные положения и выводы опубликованы в одной печатной работе: тезисы доклада в сборнике материалов научных конференций.

Общий объем публикации по теме диссертации составляет одну страницу.

Структура и объем работы

Структура диссертационной работы обусловлена целью, задачами и логикой исследования. Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав с краткими выводами по каждой главе, заключения, библиографического списка и трех приложений.

Общий объем диссертации – 55 страниц. Работа содержит 21 рисунок и 5 таблиц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении рассмотрены: современное состояние проблемы создания и/или поддержания эффективных отношений с клиентами в компании, указаны основные направления исследований, проводимых по данной тематике, а также описано обоснование актуальности темы.

В общей характеристике работы показана актуальность проводимых исследований, степень разработанности проблемы, сформулированы цель и задачи диссертации, обозначена область исследований, научная (теоретическая и практическая) значимость исследований, а также апробация работы.

В первой главе рассматриваются общие теоретические сведения о CRM-технологии: основные определения и особенности ее применения, рассмотрены особенности различных классов CRM-систем и их функциональность, а также рассмотрен процесс практического внедрения CRM-системы в IT-компанию.

Во второй главе поставлена задача сравнительного анализа CRM-систем, действующих на рынке. При анализе внимание было акцентировано на следующих основных факторах: гибкость, открытый исходный код, достаточное число рабочих мест, стоимость, функциональная полнота. Для анализа были выбраны четыре CRM-системы из одной ценовой ниши: «1С:CRM Стандарт», Monitor CRM, ASoft CRM, SugarCRM. Эти CRM-системы можно назвать лидерами в своём классе. Они обладают всеми вышеперечисленными качествами в большей или меньшей мере.

В ходе проведённого анализа по совокупности преимуществ для создания системы поддержки работы с клиентами в IT-компании была выбрана SugarCRM.

В третьей главе приведена методика использования разработанной системы поддержки работы с клиентами в IT-компании на основе CRM-системы, выбранной по результатам сравнительного анализа.

Разработанная система поддержки работы с клиентами в IT-компании имеет дружелюбный, интуитивно понятный интерфейс, что позволяет пользователю быстро освоиться и научиться работать в данной системе. Серверная часть обеспечивает необходимую быстроту и безопасность работы.

В заключении подведены итоги работы.

В приложении представлены скрипт для создания базы данных для системы поддержки работы с клиентами, слайды презентации и публикации автора.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Проанализирована организация работы с клиентами в IT-компаниях и принято решение автоматизировать ее с помощью CRM-технологии (концепции), основанной на клиентоориентированном подходе.

2. Проведен обзор и сравнительный анализ CRM-систем, существующих на рынке IT-услуг, и выбрана наиболее подходящая для разработки системы поддержки работы с клиентами в IT-компаниях – система Sugar-CRM.

3. На основе выбранной CRM-системы, а именно, системы Sugar-CRM, разработана система поддержки работы с клиентами в IT-компаниях, автоматизирующая взаимодействие с клиентами компании.

Список опубликованных работ

1. Кухлевская, В.С. Система Поддержки работы с клиентами в IT-компаниях / В.С. Кухлевская // материалы 54-ой науч. конф. аспирантов, магистрантов и студентов «Информационные технологии автоматизированных систем», Минск, Респ. Беларусь, 23–27 апреля 2018 г. / УО «БГУИР». – Минск, 2018. – С.54.