

## РОЛЬ CRM-СИСТЕМ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОМПАНИИ

Масальский Д.В.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г.Минск, Республика Беларусь

Савченко В.В. – канд. тех. наук, доцент

В настоящий момент конкуренция на всех уровнях рынка довольно высока. Чтобы компании выиграть конкурентную борьбу, она должна не только привлекать новых клиентов, но и удерживать уже существующих. Выход из этой ситуации – автоматизация и стандартизация управления отношений с клиентами, т. е. внедрение CRM-системы.

Целью проекта является улучшение деятельности и повышение эффективности работы магазина спортивного питания путем разработки интернет-магазина с помощью CRM-системы salesforce.

CRM-система (Customer Relationship Management или Управление отношениями с клиентами) – это прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками, в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путем сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов [1].

Для компаний, предоставляющих консалтинговые услуги, качественная и индивидуальная работа с клиентом играет важную роль. CRM-системы позволяют объединить полную историю ведения проектов по каждому клиенту, включая историю встреч, электронной переписки и телефонных переговоров в единой базе. Также CRM-система помогает организовать коллективную работу над проектом - распределять и планировать задачи между сотрудниками, позволяет автоматизировать значительную часть документооборота компании: регистрация, визирование договоров и других документов. CRM-система может быть использована для фиксации времени, затраченного на каждую задачу. На основании затрат времени и накладных расходов в CRM автоматически рассчитывается прибыль по проекту, а также определяются наиболее прибыльные и важные клиенты [2]. Но этим преимущества CRM не ограничиваются: растут и другие показатели (рис.1).



Рисунок 1. Эффект от внедрения CRM-системы

Таким образом, в процессе анализа литературы по CRM-системам, были выделены важные особенности CRM-системы:

- 1 CRM-система позволяет автоматизировать значительную часть документооборота компании: регистрация контактной информации клиента, визирование договоров и других документов.
- 2 CRM-система обеспечивает автоматизацию работы менеджера по продажам: предоставление всей информации о клиентах, проведение переговоров и планирование рабочего времени, контроль проектов и сделок, и т.д.
- 3 CRM-система – это инструмент контроля и оценки эффективности работы менеджеров.
- 4 CRM-система, позволяет в единой базе объединить полную историю ведения проектов по каждому клиенту, включая историю встреч, электронной переписки и телефонных переговоров.
- 5 CRM-система может быть использована для фиксации времени, затраченного на каждую задачу и сделку.

Список использованных источников:

[1] История возникновения CRM – систем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/9FyQ76U2Mro.html>

[2] Роль CRM-систем в повышении эффективности деятельности компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.monitor-crm.ru/aboutcrm/aboutcrm11/>