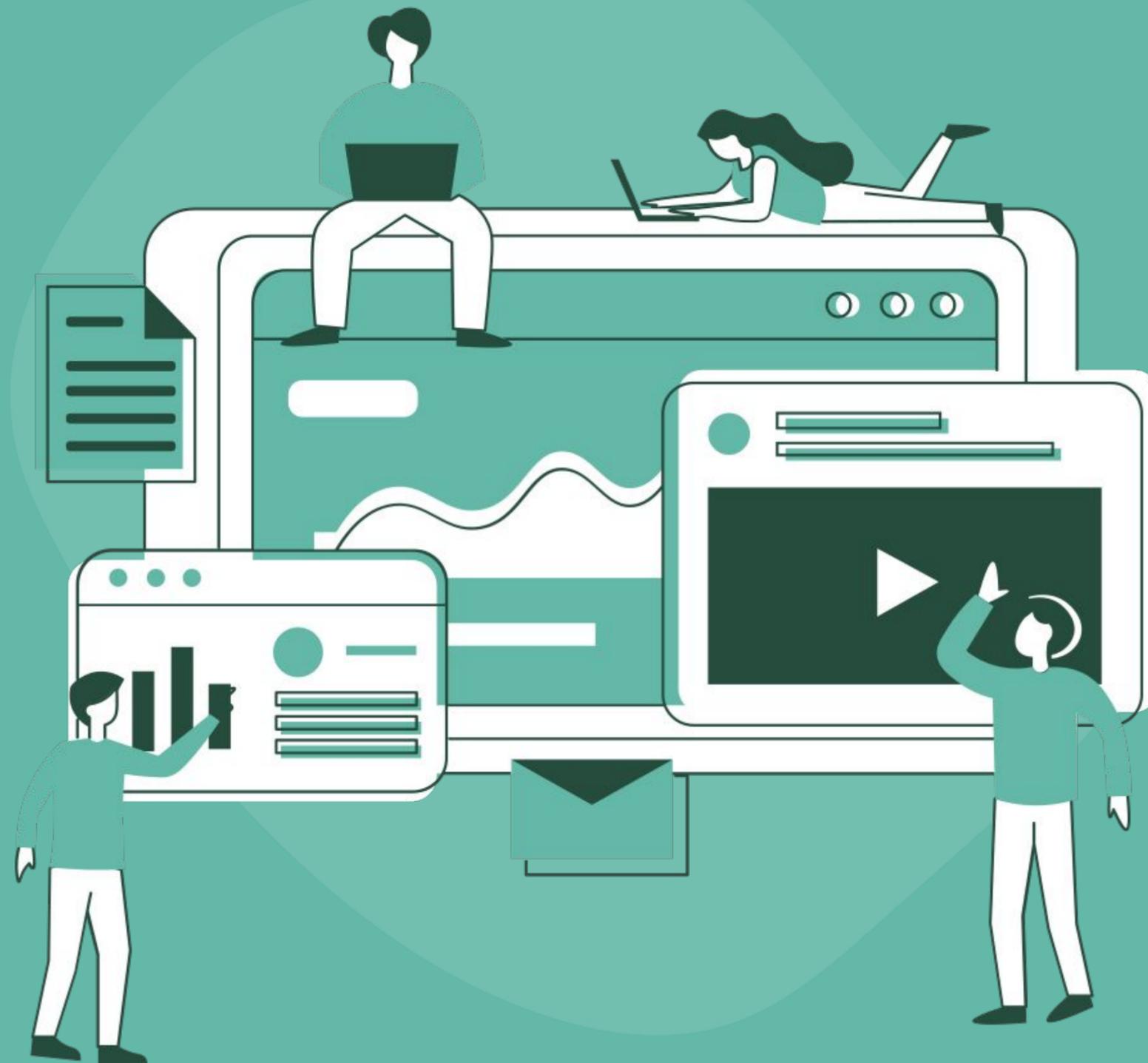


Customer Relationship Management



Подготовила студентка группы М-1712

Осипова Мери

•CRM

По терминологии Gartner Group, управление взаимоотношениями с клиентами (Customer Relationship Management, CRM) -

- это бизнес-стратегия, предназначенная
- для оптимизации доходов, прибыльности и удовлетворенности клиентов.



- Использование всех каналов взаимодействия
- Использование всех бизнес-инструментов вместе
- Ориентированность на эффективность
- Аналитическая обоснованность решений
- IT инфраструктура



Пирамида МОТИВОВ В ИНДУСТРИАЛЬНОЙ

Типичная стратегия
ЭКОНОМИКЕ
производителя в индустриальной
экономике была нацелена на
удовлетворение клиента и
строилась, исходя из следующей
"пирамиды" мотивов



Пирамида МОТИВОВ В "НОВОЙ" ЭКОНОМИКЕ

В рамках "второй" пирамиды задача CRM – охватить ВСЕ каналы и точки контакта с клиентами и согласовать их, чтобы была единая методика и техника общения. Каждый контакт должен работать на привлечение покупателя .





SALES FORCE AUTOMATION
система автоматизации работы торговых агентов

S&M - SALES&MARKETING SYSTEM
система информации о продажах и маркетинге

CSS - CUSTOMER SERVICE & SUPPORT
система обслуживания клиентов.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ БЛОКИ CRM СИСТЕМ

- Прогнозы продаж, анализ цикла продаж, генерация отчетности;
- Управление контактами;
- Работа с клиентами;
- Автоматическая подготовка коммерческих предложений;
- Генерация клиентских баз;
- Генерация прайс-листов;
- Анализ прибылей и убытков
- Средства анализа и формирования целевой аудитории, потенциальных клиентов и их распределение между торговыми агентами;
- Инструменты для проведения телемаркетинга;
- Управление потенциальными сделками
- База данных контактов с клиентом;
- Мониторинг прохождения заявок;
- Средства контроля качества сервисных служб;
- Сервисные соглашения -

Типологии CRM - систем

По функциям



ОПЕРАЦИОННЫЕ

Автоматизируют процессы продаж, маркетинг, обслуживание клиентов и взаимодействие с контрагентами.



АНАЛИТИЧЕСКИЕ

Это те же операционные CRM системы, но с дополнительным аналитическим комплексом



КОЛЛАБОРАЦИОННЫЕ

коммуникационные сервисы, так как они предназначены для общения с клиентами, сотрудниками, контрагентами и для оперативного решения возникающих вопросов

Одна и та же CRM решает задачи бизнеса по-разному, поэтому для какой-то организации – это будет лучшей технологией, а для другой – совершенно неподходящей системой. Зависит от многих вводных: отрасль заказчика, цели, имеющиеся ресурсы, возможности, предпочтения, количество пользователей, ограничения, география деятельности и др



ЛОКАЛЬНЫЕ

(ON-PREMISES):

• CRM Flexby One, Мегаплан, bpm'online,
Microsoft Dynamics CRM, CRM

Bitrix24, FreshOffice, 1C: CRM, ELMA

CRM, Comindware CRM



ОБЛАЧНЫЕ (SAAS):

• Salesforce, CRM Flexbby One, Pipedrive

CRM, Мегаплан, Zoho

CRM, bpm'online, Insightly, Microsoft Dynamics

CRM, CRM Bitrix24,



ОБЛАЧНЫЕ (MARKETPLACE)

• CRM Flexbby One, Microsoft Dynamics

CRM, Oracle CRM On

Demand, SugarCRM, Salesforce, SAP

ТИПОЛОГИИ CRM - систем По установке

1

НИЗКАЯ СТОИМОСТЬ

2

ПРОСТОТА

3

**ВОЗМОЖНОСТЬ
КАСТОМИЗАЦИИ**

4

**ИНТЕГРАЦИЯ С ДРУГИМИ
ИНСТРУМЕНТАМИ**

5

**КЛИЕНТСКАЯ
ПОДДЕРЖКА**

НА ЧТО НУЖНО ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЕ ПРИ ВЫБОРЕ CRM-СИСТЕМЫ?

Можно выделить несколько аспектов, на которые необходимо обращать внимание при выборе CRM-системы.

•СРАВНЕНИЕ CRM - СИСТЕМ

Название системы	БИТРИКС 24	Мегаплан	amoCRM	FreshOffice
 Популярность	107 233	68 972	72 801	41 362
 Цена	\$39/месяц	3843 Р/месяц	3493 Р/месяц	430 -690 Р/месяц
 Количество пользователей	1 200 000	325 000	220 000	240 362
 Общий рейтинг	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●