

# Оценка необходимости и обоснованности внедрения системы CRM в компании АБВ

Октябрь 2003

## Основные результаты

- Зафиксирована стратегии развития компании
- Зафиксировано текущее состояние компании и ее окружения
- Оценена готовность компании к изменениям
- Построена системы показателей развития компании
- Зафиксировано (в терминах системы показателей развития) текущее состояние компании и цели компании на ближайшие несколько лет
- Выбраны модули информационной системы, отвечающие целям и состоянию компании
- Проведен анализ влияния модулей на развитие компании (в терминах показателей развития)
- Проведен анализ эффектов от внедрения модулей
- Проведен анализ затрат на внедрение модулей
- Проведен анализ эффективности внедрения модулей
- Предложена оптимальная последовательность внедрения модулей
- Смоделирована динамика развития компании в результате реализации предложенной последовательности внедрения

## Модули информационной системы, предлагаемые к рассмотрению

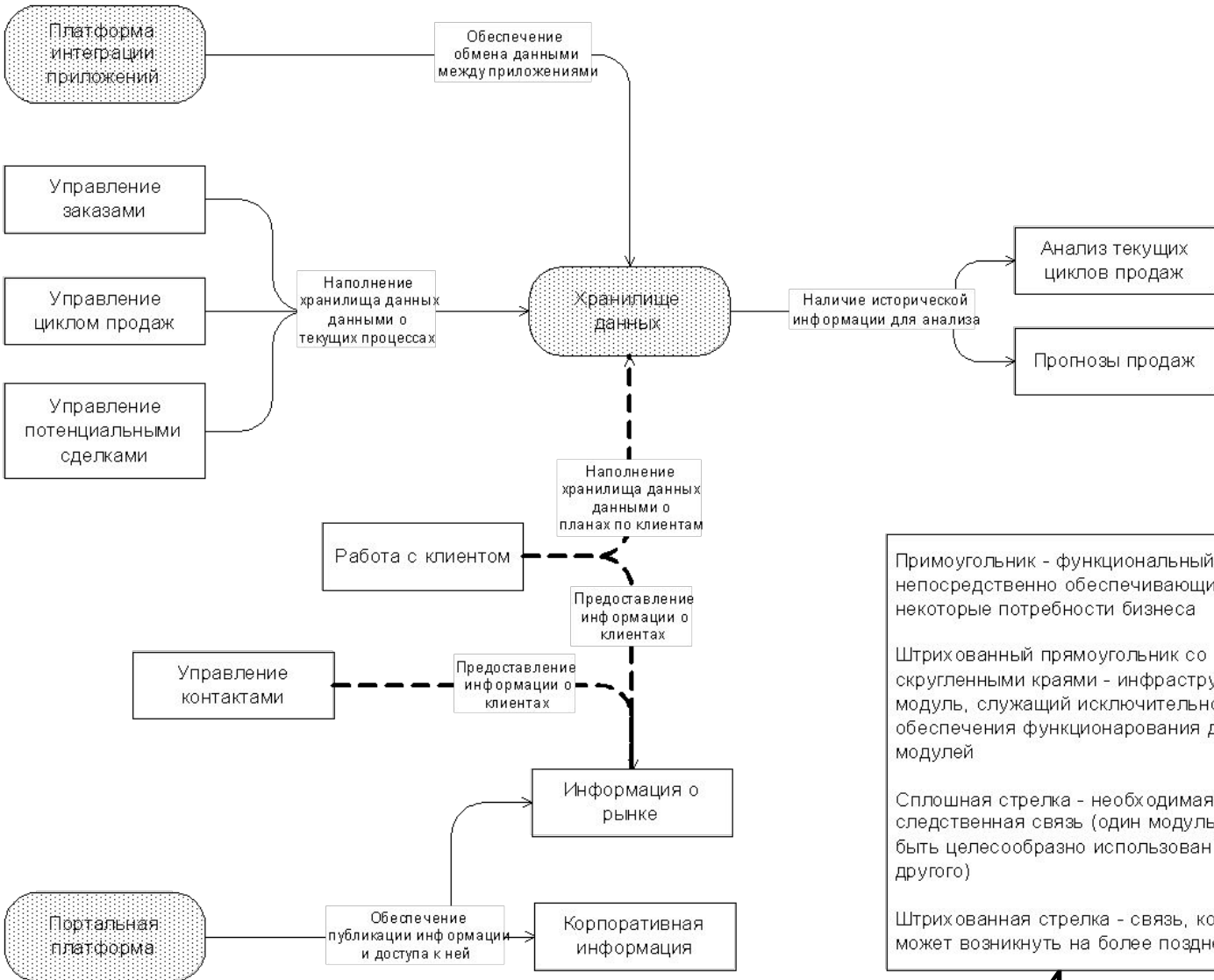
### Функциональные модули:

- Управление заказами
- Управление контактами
- Работа с клиентами
- Информация о рынке
- Корпоративная информация
- Управление циклом продаж
- Управление потенциальными сделками
- Анализ текущих циклов продаж
- Прогнозы продаж

### Инфраструктурные модули

- Портал
- Средства интеграции приложений
- Хранилище данных

# Зависимости между модулями:



Прямоугольник - функциональный модуль, непосредственно обеспечивающий некоторые потребности бизнеса

Штрихованный прямоугольник со скругленными краями - инфраструктурный модуль, служащий исключительно для обеспечения функционирования других модулей

Сплошная стрелка - необходимая причинно-следственная связь (один модуль не может быть целесообразно использован без другого)

Штрихованная стрелка - связь, которая может возникнуть на более позднем этапе

# Пример описания модуля

**Корпоративная информация.** Данный модуль обеспечивает своевременный доступ ко всей необходимой общекорпоративной информации для всех сотрудников компании.

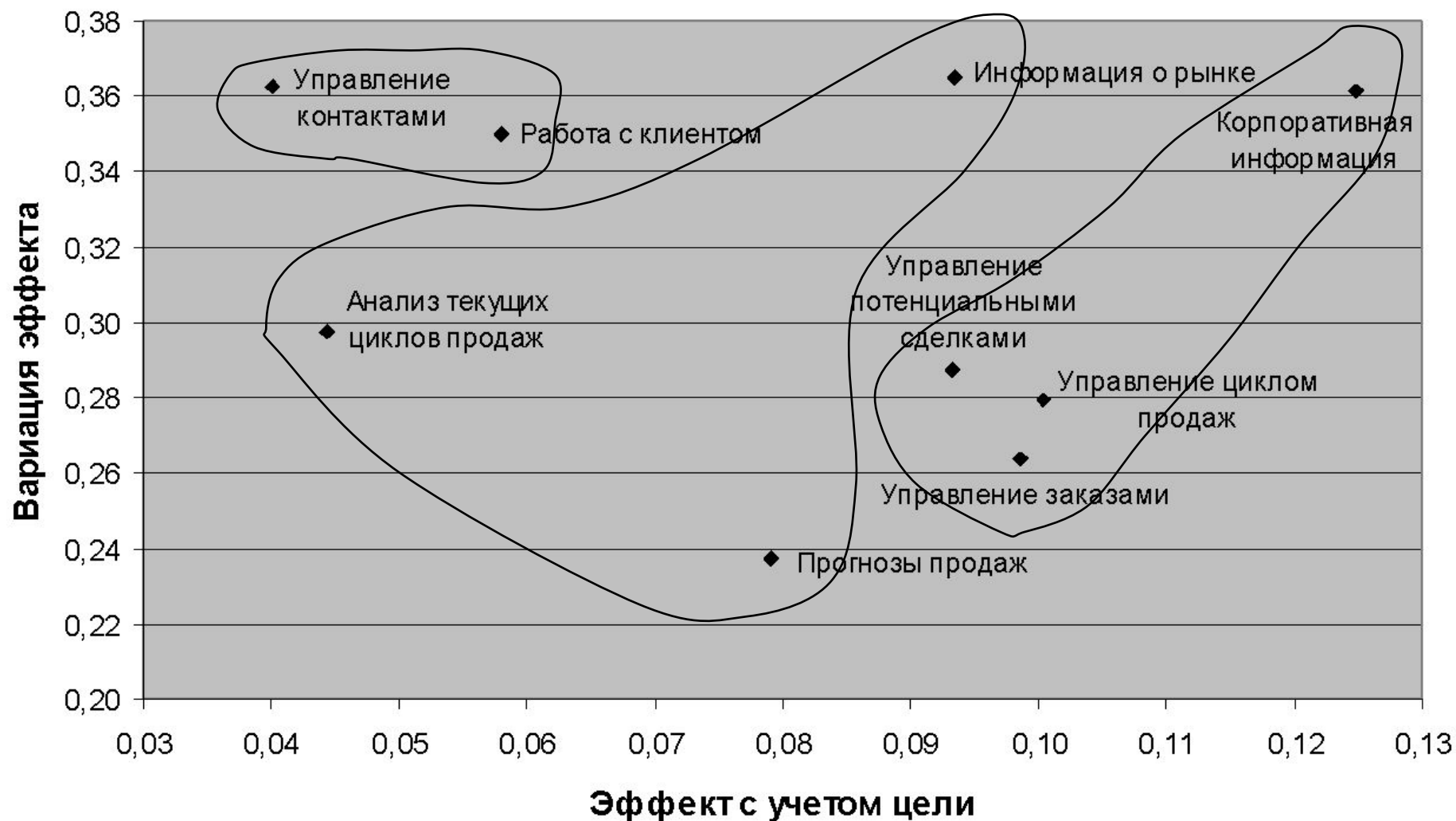
Данный модуль включает в себя:

- **Информацию о**
  - Компании (история, миссия и видение, бизнес-цели, стратегия и т.д.)
  - Бизнес-процессах (карта процессов, процедуры, должностные инструкции, шаблоны документов и т.д.)
  - Организации (приказы, оргструктура, территориальная структура, сотрудники, ответственные за различные области и т.д.)
  - Функциях (таких, как бухгалтерия, логистика, продажи, отдел кадров, управление качеством и т. п.; информация о задачах, взаимодействии с другими функциями, стратегии развития, политиках и т.д.)
  - Текущем состоянии компании (планы, основные заказы, статус выполнения планов, внутренние проекты и инициативы и т.д.)
  - Возможно – исторических состояниях компании (выполненные заказы, Lessons Learnt, прошлые внутренние проекты и т.д.)
- **Бизнес-процессы управления информационным наполнением:**
  - Анализ потребностей в корпоративной информации
  - Анализ актуальности и востребованности наличной информации
  - Мониторинг возникновения востребованной информации
  - Приобретение информации
  - Подготовка к публикации и публикация
  - Оптимизация доступа к информации

## Три подхода к планированию

- «Консервативный»
- «Прагматичный»
- «Целе-ориентированный»

## Анализ эффектов от внедрения модулей

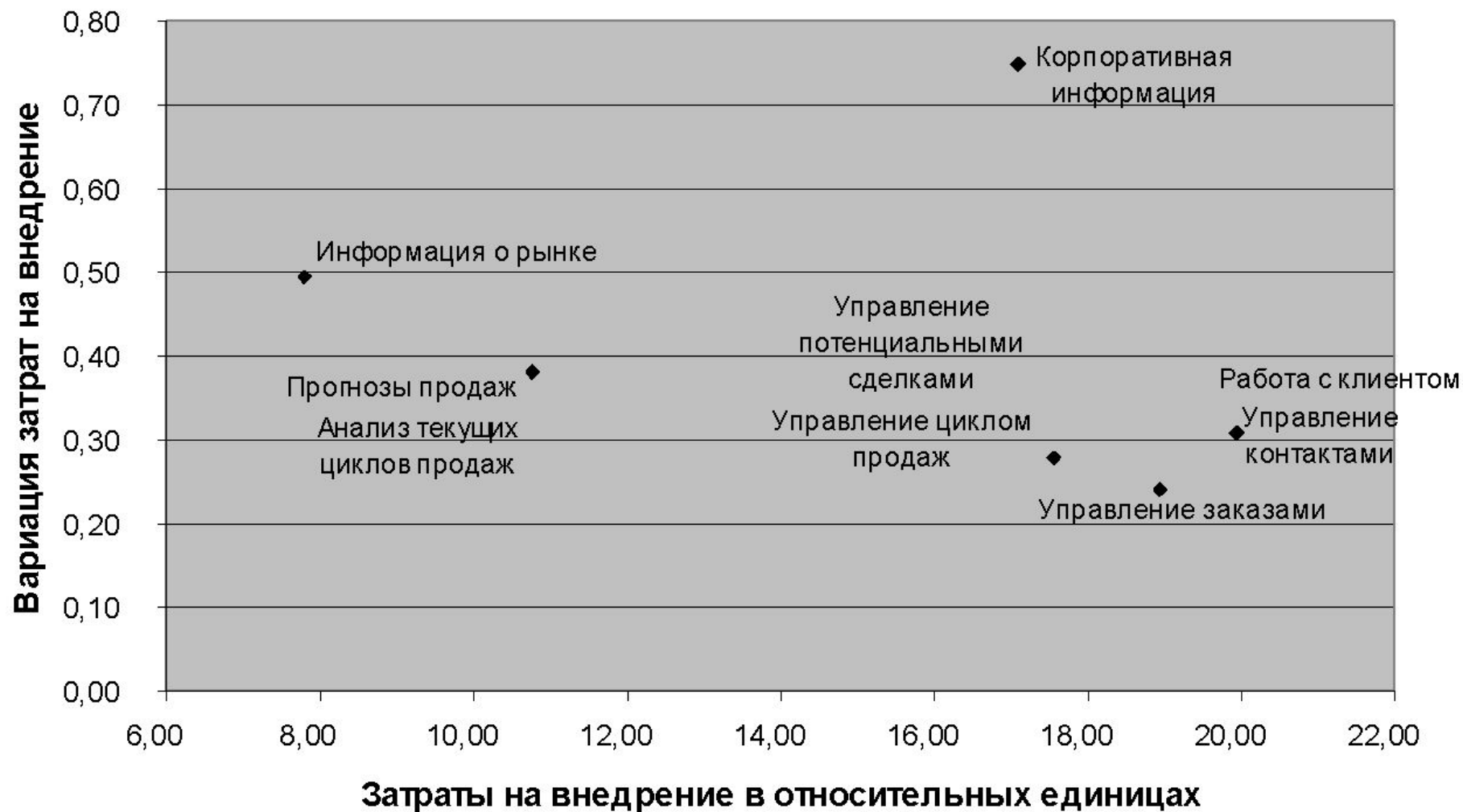


## Данные для оценки затрат на внедрение

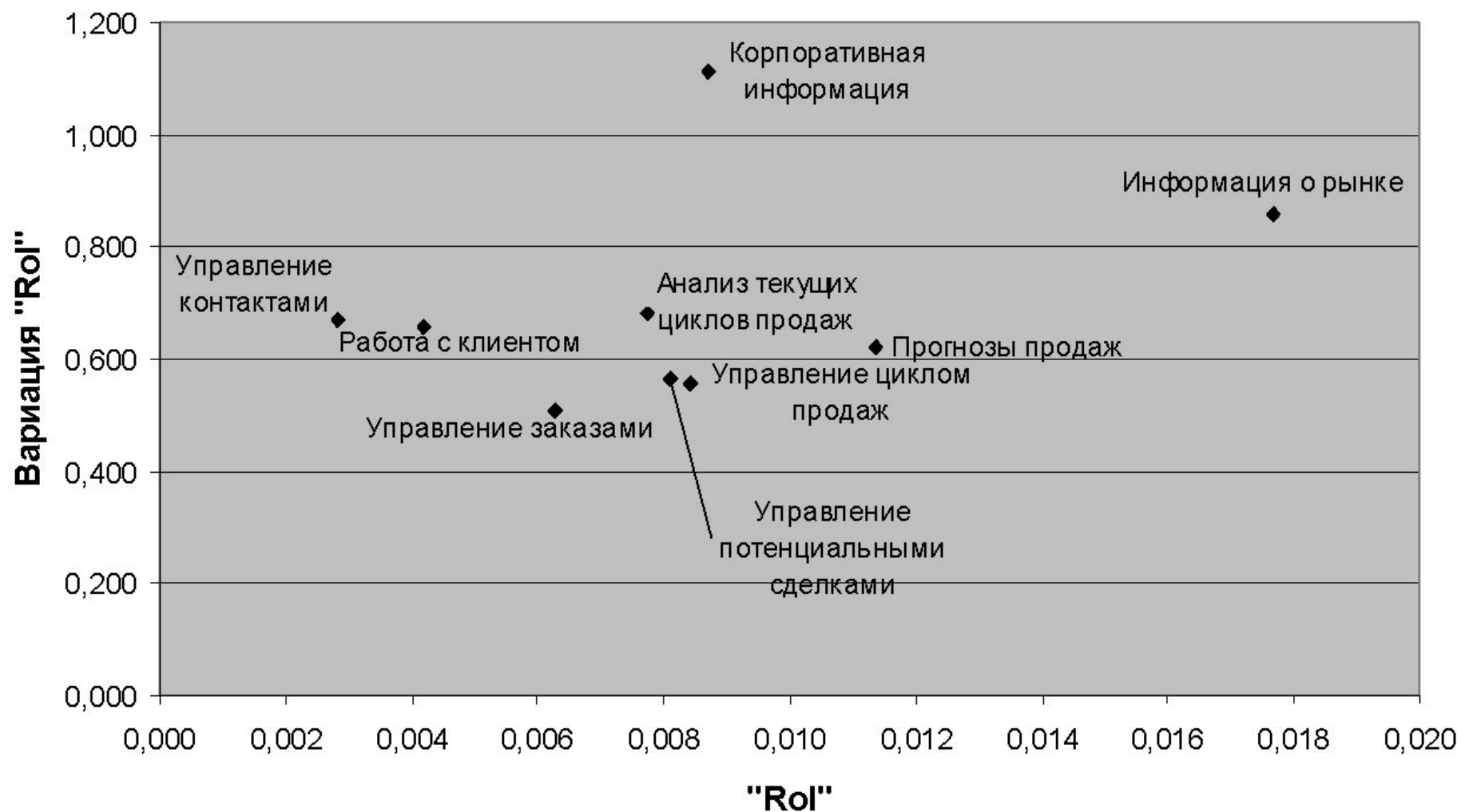
	Управление заказами	Управление контактами	Работа с клиентом	Информация о рынке	Корпоративная информация	Управление циклом продаж	Управление потенциальными сделками	Анализ текущих циклов продаж	Прогнозы продаж
Бизнес-процессы	1	2	2	3	4	2	2	2	2
Организация	1	1	1	3	3	1	1	1	1
Площадки	2	2	2	2	2	2	2	1	1
Приложения	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Технологии	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Данные	1	3	3	3	3	2	2	3	3
Доля первичных пользователей в общем количестве сотрудников	1	0,8	0,8	0,2	0,3	0,8	0,8	0,2	0,2



## Анализ затрат на внедрение модулей



## Анализ «эффект – затраты»



## Рекомендуемая последовательность внедрения (на основе «целе-ориентированного» подхода)

### Первая очередь:

- Управление заказами
- Портал
- Корпоративная информация
- Управление циклом продаж
- Управление потенциальными сделками

### Вторая очередь

- Информация о рынке
- Средства интеграции приложений
- Хранилище данных
- Прогнозы продаж
- Анализ текущих циклов продаж

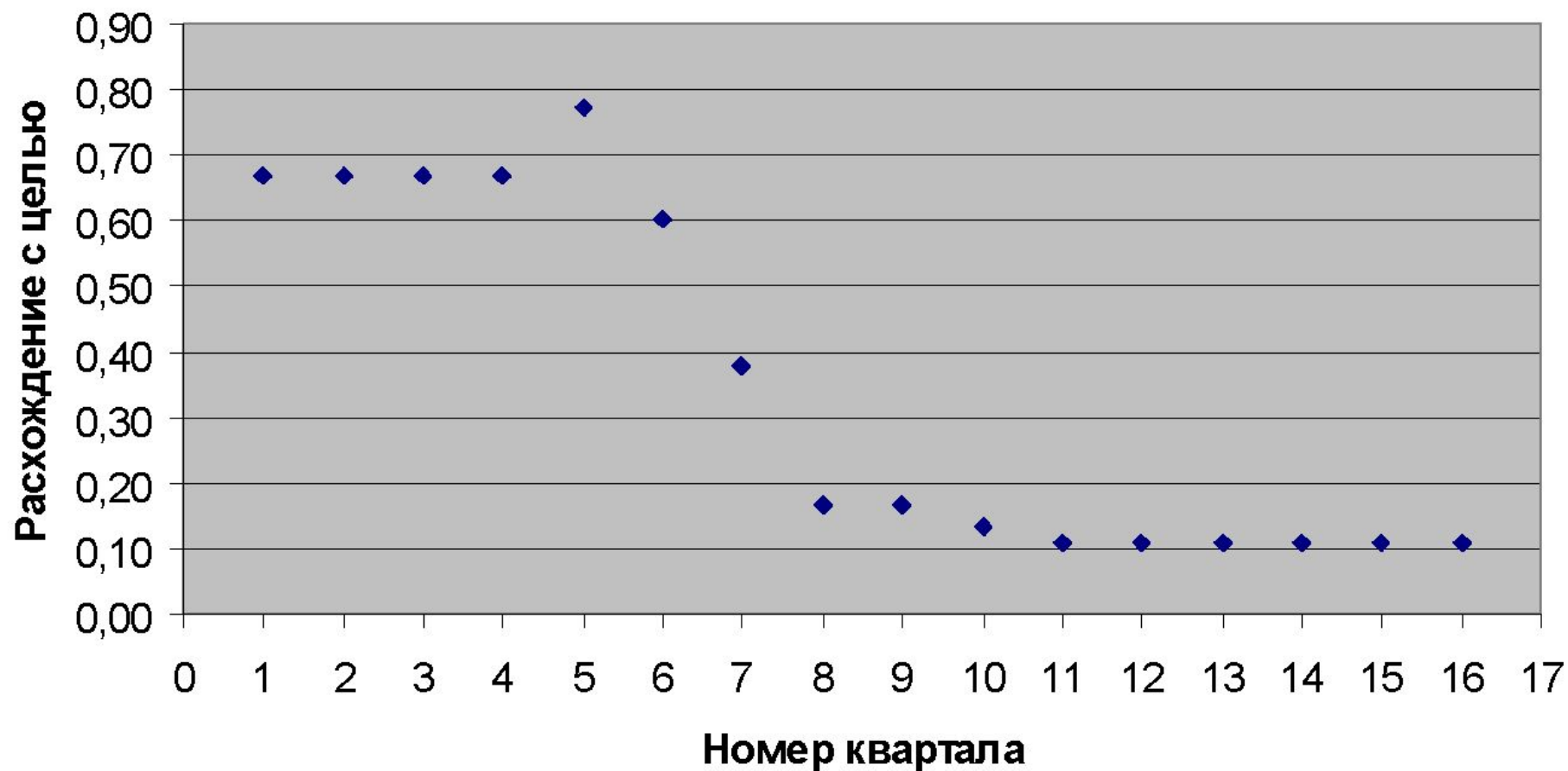
### Третья очередь:

- Управление контактами
- Работа с клиентами

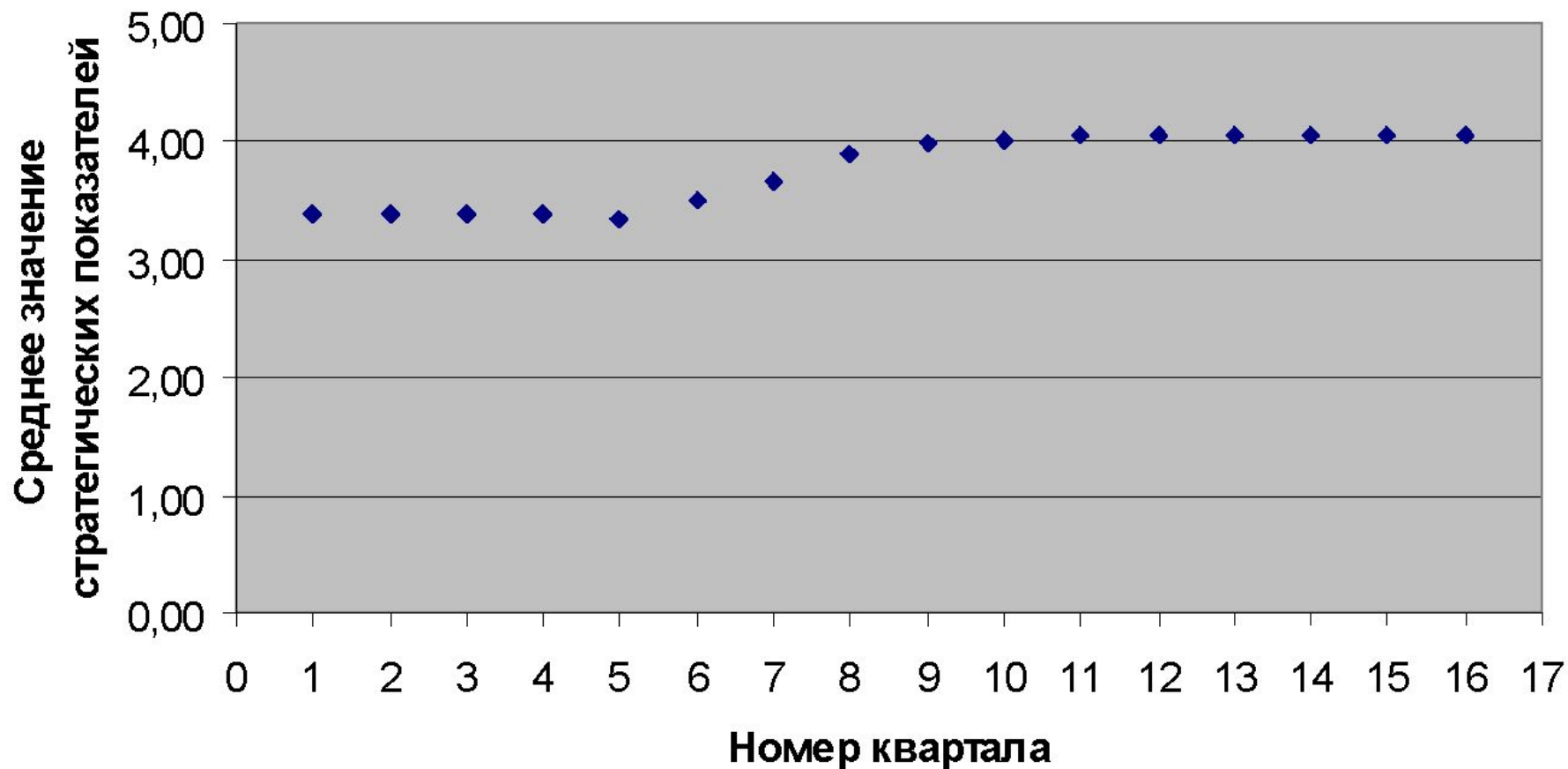
# Сценарий внедрения

	Управление заказами	Управление контактами	Работа с клиентом	Информация о рынке	Корпоративная информация	Управление циклом продаж	Управление потенциальными сделками	Анализ текущих циклов продаж	Прогнозы продаж
<b>Начало внедрения</b>	2	6	6	4	2	2	2	4	4
<b>Начало использования</b>	4	8	8	5	4	4	4	5	5
<b>Начало возникновения эффектов</b>	5	9	9	7	5	5	5	6	6
<b>Насыщение</b>	8	11	11	9	8	8	8	9	9

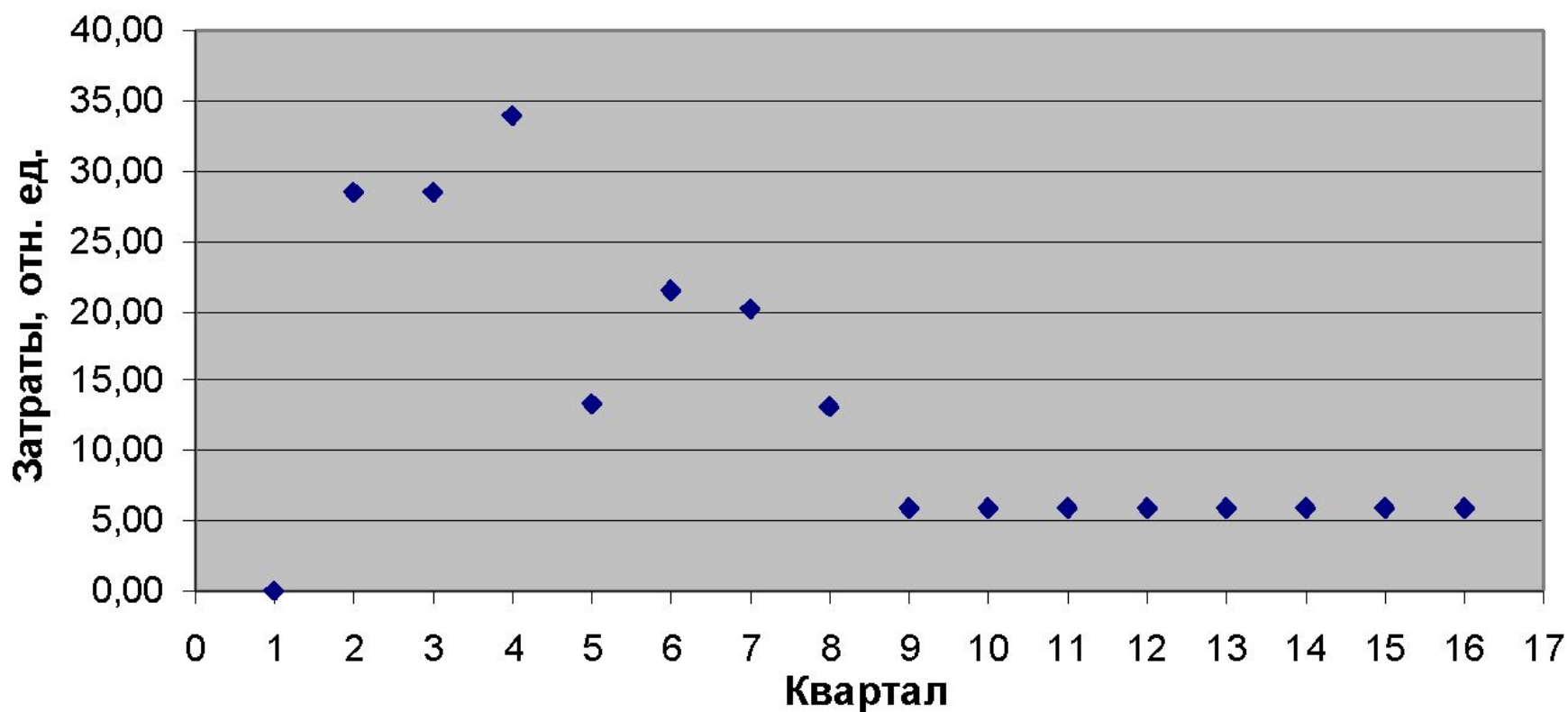
## Динамика приближения к цели



## Динамика изменения состояния компании



## Динамика затрат



## Рекомендации

- Принять предлагаемый набор модулей и последовательность внедрения
- Перейти к на следующий уровень планирования (выбор продуктов и партнеров, более детальное обследование, и т. д.)
- Повторить оценку перед второй очередью
- При внедрении не упускать из виду организационные вопросы