



Санкт-Петербургский
Фонд развития бизнеса

Управление взаимоотношениям и с клиентами (CRM)

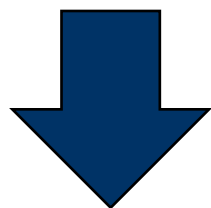
Максим БАЛАНЕВ
Старший консультант

Консультант проекта
«Электронные навыки для
Российских МСП»

Определение CRM

CRM

Customer Relationship Management или
Управление Взаимоотношениями с Клиентами



Направленная на построение устойчивого бизнеса **концепция** и **бизнес стратегия**, ядром которой является "**клиент ориентированный**" подход.

! Это **НЕ** программный продукт и **НЕ** технология. Это даже **НЕ** набор продуктов.



Немного истории

- Первым был ERP - на первое место ставился **продукт** и бизнес-процессы;
- До 90-х годов концепция CRM еще не сформировалась. Все большую ценность стали представлять **клиентские базы**;
- 90-е годы - формирование концепции CRM.



Предпосылки для формирования CRM

- **Различные системы сбора информации** о клиентах, частично включающих зачатки SFA (Sales Force Automation) – Автоматизация деятельности торговых представителей.
- **Ряд маркетинговых баз данных**, обеспечивающих анализ на уровне продукта (его продаж), но слабо интегрированными с источниками другой информации.
- **Системы доставки информации** до клиента (прямая почтовая рассылка и т.д.).
- **Базовые аналитические инструменты**, используемые для анализа поведения покупателя при дискретной покупке, но без учета его жизненного цикла.



Логические блоки CRM

Продажи

- По телефону
- По Интернету
- Через курьеров
- Розничная

Обслуживание заказчиков

- Данные центра обслуживания
- Данные поддержки по Интернету
- Данные по обслуживанию курьерами

Маркетинг

- Данные, связанные с рекламой
- Планирование
- Анализ данных

- Единый взгляд на клиентов
- Рассылка сообщений заказчикам
- Сквозной контроль выполнения заказа
- Долгосрочные отношения с клиентами
- Идентификация лучших клиентов



Функциональные блоки CRM

- **SFA** Sales Force Automation - автоматизация деятельности торговых представителей;
- **MA** Marketing Automation - автоматизация маркетинга;
- **CSS** Customer Service & Support - автоматизация службы поддержки и обслуживания клиентов.



«+» И «-» Внедрения

Фактор	+	-
Персонал	<p>Человеческий фактор в некоторых процессах возможно свести к нулю (учет)</p> <p>Четкое определение ролей и ответственных</p> <p>Скорость обработки информации</p>	<p>Недостаточная компьютерная грамотность (долгое время обучения)</p> <p>Нежелание автоматизации работы (необходимость фирме)</p> <p>Боязнь раскрытия наработанных контактов</p>
	<p>Уменьшение числа персонала (склад, маркетинг)</p> <p>Сквозной контроль за работой (занятость, выполнение заданий)</p>	
Процесс	<p>Автоматизация</p> <p>Сквозной контроль</p> <p>Персонализация</p>	<p>Подстройка процессов компании под систему</p> <p>Сбой в системе</p>
Технология	<p>Новые сервисы (компьютерные терминалы, автоматические кассы)</p> <p>Доступность информации (Интернет)</p>	<p>Постоянное изменение технологий</p> <p>Трудности выбора</p> <p>Перенос данных в новую БД</p>

CRM и e-CRM: несколько высказываний

- E-CRM - продолжение концепции CRM и еще один подход к клиенту, но уже через Интернет
- E-CRM - настоящая цель, но это не революционно новая система или набор процессов. **e-CRM - CRM он-лайн**
- CRM - стратегия, web - способ осуществления
- CRM - мультиканальная стратегия. Теперь Клиент Ориентированный подход появился и в **Интернете**



Оценка эффективности CRM-проекта

- **Уменьшение времени** на закрытие сделок
- **Повышение** количества повторных и кросс-продаж
- **Повысить эффективность усилий по сбыту** традиционных для компании товаров и услуг;
- **Понижение трудозатрат** на процессы, связанные с CRM-проектом: рутинные операции по работе с клиентами, анализ данных
- **Повышение лояльности** клиентов: оценка по методу BSC (Система сбалансированных показателей)



Классификация систем

В общем CRM системы можно классифицировать по:

- **Функциональным возможностям**
- **Цена/функциональность**
- По географии разработки: российские и зарубежные



Классификация систем по соотношения функциональность/стоимость

1. Системы с максимальной функциональностью и стоимостью владения от **1 000 000\$**
2. Системы с мощной функциональностью и стоимостью владения от **200 000\$**
3. CRM-решения западных и российских системных интеграторов
4. Коробочные CRM системы
5. Заказные CRM системы



1. Системы с максимальной функциональностью и стоимостью владения* от 1 000 000\$

Вид и размер бизнеса:

- **500-1000 сотрудников,**
- продавцов и сервисных специалистов более **50**
- **БД более 25 000 клиентов**
- конкурентная отрасль, высокая норма прибыли (большой оборот), длинные и(или) уникальные циклы продаж

Возможные решения (модули крупных систем):

- **Siebel**
- **Oracle E-Business Suite**
- **SAP/R3** и другие

Стоимость р./м.: **1500 до >7000 \$**

* - стоимость владения на весь срок использования системы

2. Системы с мощной функциональностью и стоимостью владения* от 200 000\$

Вид и размер бизнеса:

- **100-300 сотрудников**
- количество продавцов и сервисных специалистов более **20**
- **БД более 10 000 клиентов,**
- конкурентная отрасль, высокая норма прибыли (большой оборот).

Возможные решения:

- **Microsoft Axapta** (отдельный модуль)
- **Microsoft Navision** (отдельный модуль)
- **Microsoft CRM**
- **BAAN Invensys CRM**
- **SalesLogix**
- **WinPeak CRM**
- **GoldMine BCM CE (SQL) и др.**

Стоимость р./м.: **1500 до >7000 \$**

* - стоимость владения на весь срок использования системы



3. CRM-решения западных и российских системных интеграторов

Вид и размер бизнеса:

- **50-100** сотрудников
- количество продавцов и сервисных специалистов более **10**
- **БД** более **5000** клиентов

Возможные решения:

- **Парус** (отдельный модуль)
- **Галактика** (отдельный модуль)
- **WinPeak CRM**
- **Terrasoft CRM (SQL)**
- **Компасс**
- **GoldMine BSM CE (SQL)**
- большинство других системных интеграторов

Стоимость р./м.: **300-800 \$**



4. Коробочные CRM системы

Вид и размер бизнеса:

- **Малое или среднее** предприятие, в т.ч. с филиалами
- Количество продавцов и сервисных специалистов более не более **20**
- **БД** не более **10 000** клиентов

Возможные решения:

- **Клиент-Коммуникатор**
- **Sales Expert**
- **WinPeak CRM**
- **1С-Парус: CRM Управление продажами,**
- **TerraSoft CRM**
- **Goldmine**
- **Act!**
- **Outlook 2003 с модулем Business Contacts Manager**
- Многие другие

Стоимость р./м.: **100-400 \$**



5. Заказные CRM системы

- Успех зависит от Подрядчика и Заказчика.
- Много хороших примеров и еще больше - плохих
- Подходит для нестандартного бизнеса и опытного персонала
- Всегда дороже коробочного
- Требуется больше времени



Полная стоимость решения

Полная стоимость решения
=

стоимость лицензий на ПО

+

стоимость доработок
(+ стоимость аппаратных
средств)

+

стоимость внедрения

+

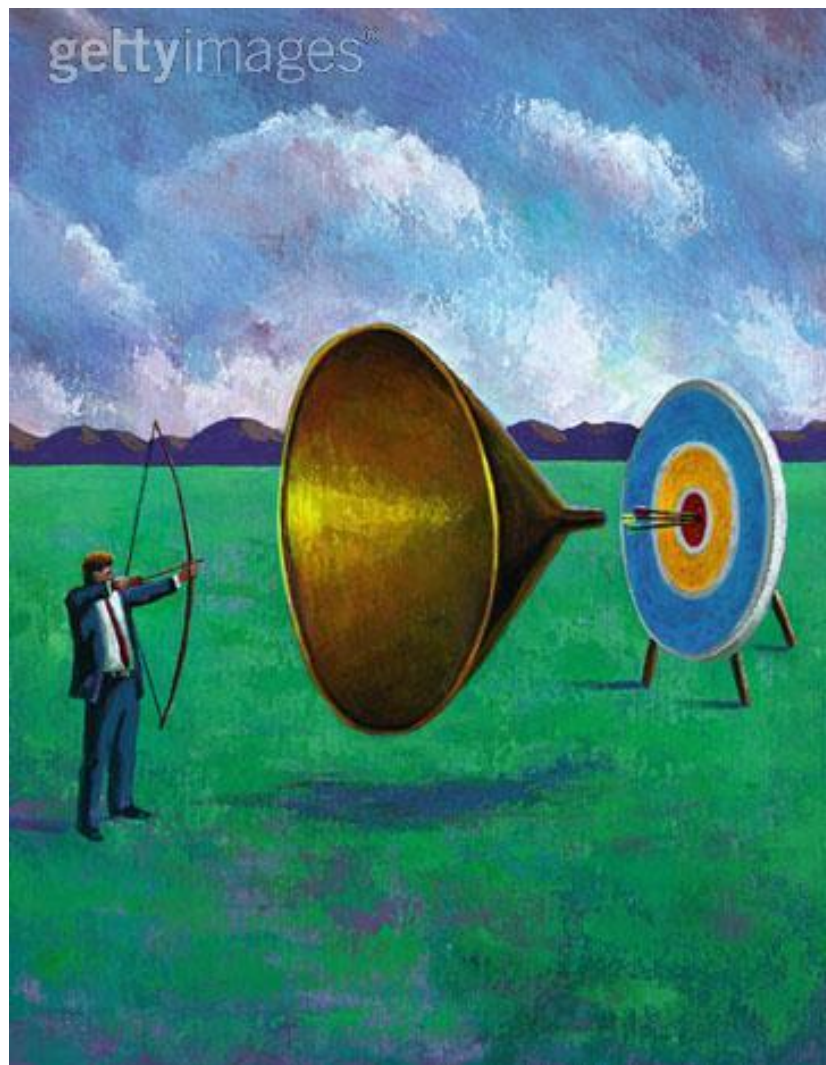
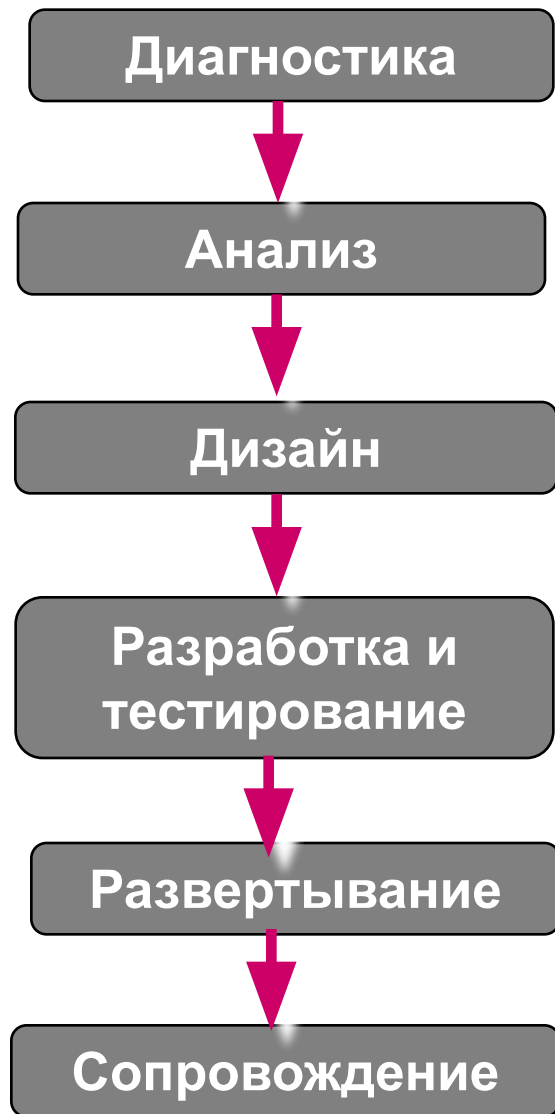
стоимость обучения

+

стоимость поддержки



Как внедрить CRM систему



Контакты



- **Максим Баланёв**
Старший консультант

**Санкт-Петербургский
Фонд развития бизнеса**
190005 Санкт-Петербург,
Измайловский пр. 14, оф. 314
Тел.: (812) 325 8351, 575 0480
Факс: (812) 712 6607

maxim.balanev@fbd.spb.ru
www.fbd.spb.ru