



1С:CRM - зарабатываем на кризисе?!

CRM | SRM | HRM | BPM | СТИ



Алексей Кудинов
«1С-Рарус», Москва

Цитаты о «1С:CRM»

- ❖ *«Любой кризис - это новые возможности»,
Уинстон Черчилль.*
- ❖ «Ищите продукты, которые имеют потребительские качества соответствующие текущей ситуации...», Максим Белоусов,
Президент СIO Club СПб

Цель этого выступления

- ❖ Рассказать о возможностях развития направления CRM в условиях кризиса
- ❖ Познакомить Вас с «1С:CRM» и технологиями, которые мы активно передаем нашим партнерам
- ❖ Поделиться успешным CRM-опытом – собственным и коллег
- ❖ Указать источники информации для изучения

- ❖ **В этом выступлении НЕ будет:**
 - Скриншотов программы
 - Обзора функционала «1С:CRM»
 - Технических особенностей линейки «1С:CRM»
 - Методики внедрения «1С:CRM»

О чем выступление?

- ❖ **Актуальность CRM в условиях перемен:** статистика говорит сама за себя. «Смотрим в книгу – видим...»: рынок в 100 млн. \$ у нас под ногами!
- ❖ **Три этапа автоматизации коммерческих компаний России и новые экономические условия. Кризис... Выход есть:** «Цикл улучшения».
- ❖ **Три задачи антикризисного управления:** **ОБОСНОВАННОЕ** снижение затрат + **БЫСТРОЕ** повышение эффективности труда + **АГРЕССИВНОЕ** удержание клиентов. А где же инструмент!?
- ❖ **Технологии - партнерам!** Методика продаж и внедрения «1С:CRM»: как быстро начать работать на рынке CRM.
- ❖ **О наблевшем:** «1С:Франчайзи» и CRM – «сапожник без сапог»...

Договоримся о терминах

- ◆ **CRM** (Customers Relationship Management - управление взаимоотношениями с клиентами) – стратегия клиентоориентированного бизнеса.
- ◆ **«1С:CRM»** - линейка CRM-решений на платформе «1С:Предприятие 8» реализующих стратегию CRM:
 - «1С:CRM.Базовая версия»
 - «1С:CRM ПРОФ»
 - «1С:Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)»
 - «1С:Управление производственным предприятием + CRM ПРОФ»

Договоримся о терминах

- ❖ **ВРМ** (Business Process Management – управление бизнес-процессами) – методика управления бизнес-процессами и административными регламентами. Линейка программ «1С:CRM» реализует эту стратегию.
- ❖ **СТІ** (Computer Telephony Integration – компьютерная телефония) – технология, находящаяся на стыке компьютерных технологий и технологий средств связи. СТІ позволяет использовать все преимущества компьютерных технологий для управления телефонными соединениями. «1С-Рарус: СофтФон+SMS и Факс Коммуникатор» - линейка ПП реализующих эту технологию.
- ❖ **Интеграция** – создание ЕДИНОГО решения объединяющего функционал нескольких программ в одной



Что такое CRM?

CRM | SRM | HRM | BPM | СИ



Что такое CRM?

ОДНО ИЗ ОПРЕДЕЛЕНИЙ CRM

- ❖ CRM (Customers Relationship Management - управление взаимоотношениями с клиентами) - клиентоориентированная стратегия основана на использовании передовых управленческих и информационных технологий, с помощью которых компания выстраивает взаимовыгодные отношения со своими Клиентами. Результатом применения клиентоориентированной стратегии является повышение конкурентоспособности компании и увеличение прибыли

Что такое CRM?

СУТЬ CRM – ПРОСТО...

- ❖ **CRM - ЭТО КОГДА МЫ МЕНЬШИМИ УСИЛИЯМИ ДОБИВАЕМСЯ БОЛЬШЕГО В РАБОТЕ С КАЖДЫМ КЛИЕНТОМ \ ПОСТАВЩИКОМ \ СОТРУДНИКОМ**
- ❖ **ЭФФЕКТИВНОСТЬ CRM СКЛАДЫВАЕТСЯ ИЗ МНОГИХ КОМПОНЕТ, ЧТО И ДАЕТ СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ**
- ❖ **НЕ ОЧЕРЕДНЫЕ «МОДНЫЕ ТРИ БУКВЫ», CRM ДЕЙСТВИТЕЛЬНО РАБОТАЕТ В ТЫСЯЧАХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ УЖЕ СЕГОДНЯ!**
- ❖ **МАКСИМУМ ЭФФЕКТИВНОСТИ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ПРИ ИНТЕГРАЦИИ CRM-ТЕХНОЛОГИЙ В КОРПОРАТИВНУЮ ИНФОРМАЦИОННУЮ СИСТЕМУ**

История концепции CRM

❖ CRM не является изобретением последнего времени и использовались с давних пор. Простейшие «CRM-системы» прошлого в виде писцовых, амбарных, долговых книг зачастую позволяли не только вспомнить прежнюю историю общения с клиентами, но и проявить по отношению к клиенту больше внимания, дать понять, что прежние взаимоотношения не забыты. Это уже позволяло удерживать постоянных клиентов и привлечь новых за счет «клиентоориентированности» в ведении дел.

❖ Позднее такой подход в первую очередь развивался в сфере услуг и сервиса, особенно в малом бизнесе. Именно клиентоориентированность позволяла предприятиям малого бизнеса выйти из сферы ценовой конкуренции с крупными корпорациями, удержать клиентов и увеличить продажи. Хорошим примером могут служить многочисленные описания в художественной литературе парижских или римских кафе и ресторанчиков, табачных лавочек, итальянских газетных «киосков» прошлого и позапрошлого веков, где собирались и проводили время постоянные клиенты.

История «компьютерного» CRM

- ❖ До момента «доступности» компьютерных технологий малому и среднему бизнесу, производилась масса бумажных планировщиков и механических картотек, например «Rolodex».
- ❖ В 1987 году Пэт Салливан (Pat Sullivan), основатель «Contact Software International» и «SalesLogix Corporation», выпустил первую коммерческую компьютерную программу для управления контактами, получившую название «ACT!».
- ❖ Сам термин CRM впервые был использован «Siebel Systems» для того чтобы отразить специфику этого типа корпоративных программных продуктов.
- ❖ На данный момент в мире существует более 1000 решений, которые можно отнести к классу CRM и Contact Management.

История CRM в России

- ❖ Первые проекты внедрения CRM-систем в России были выполнены еще в конце 80-х – начале 90-х годов. В то время внедрения выполнялись в основном в банках и финансовом секторе. Это неудивительно, ведь позволить себе тогда западную CRM-систему и западных консультантов могла далеко не каждая российская компания. Данные проекты были единичными и в основном держались на энтузиазме руководителей или топ-менеджеров компаний. Часто в проекте внедрения выполнялась полная или частичная локализация западного CRM-решения (перевод интерфейса и документации, адаптация к российским реалиям ведения бизнеса).
- ❖ В условиях кризиса и ужесточения конкуренции, клиентоориентированная технология стала средством выживания компании на рынке и оружием в конкурентной борьбе.
- ❖ Еще в 2004 году выставке «Торговые технологии и склад/Экспо» 50% руководителей торговых предприятий интересовались на стенде фирмы «1С» технологией CRM.
- ❖ Сейчас спрос на технологии CRM со стороны российского бизнеса выше чем когда либо. Количество выставок и конференций, посвященных тематике CRM, растет год от года, а счет проектов внедрения CRM в России идет уже на тысячи.

Что есть в настоящем CRM?

11 компонентов CRM-системы из перечня Бартона Голденберга:

- ◆ ▶ управление контактами;
- ◆ ▶ управление продажами;
- ◆ ▶ продажи по телефону;
- ◆ ▶ управление временем;
- ◆ ▶ поддержка и обслуживание клиентов;
- ◆ ▶ управление маркетингом;
- ◆ ▶ отчетность для высшего руководства;
- ◆ ▶ интеграция с другими системами;
- ◆ ▶ синхронизация данных;
- ◆ ▶ управление электронной торговлей;
- ◆ ▶ управление мобильными продажами.

Цель внедрения CRM-системы

- ❖ **Основная цель внедрения CRM – это повышение объема продаж и прибыли**

CRM-система позволяет:

- ❖ Построить систему управления маркетингом, продажами и сервисом
- ❖ Повысить уровень удержания и привлечения ценных сегодня и перспективных завтра клиентов
- ❖ Увеличить объем продаж



Кому необходим CRM?

Критерии компаний:



- ❖ **Работают на рынке с высокой конкуренцией**
 - Повышение лояльности клиентов - дополнительный рычаг в конкурентной борьбе
- ❖ **Хотят построить эффективную систему управления продажами**
 - Клиент в центре бизнес-процессов и методов работы компании
 - Эффективная работа отделов по работе с клиентами - залог благосостояния компании
- ❖ **Много клиентов, короткий процесс продажи**
ИЛИ
- ❖ **Процесс продажи растянут во времени, включает несколько этапов**

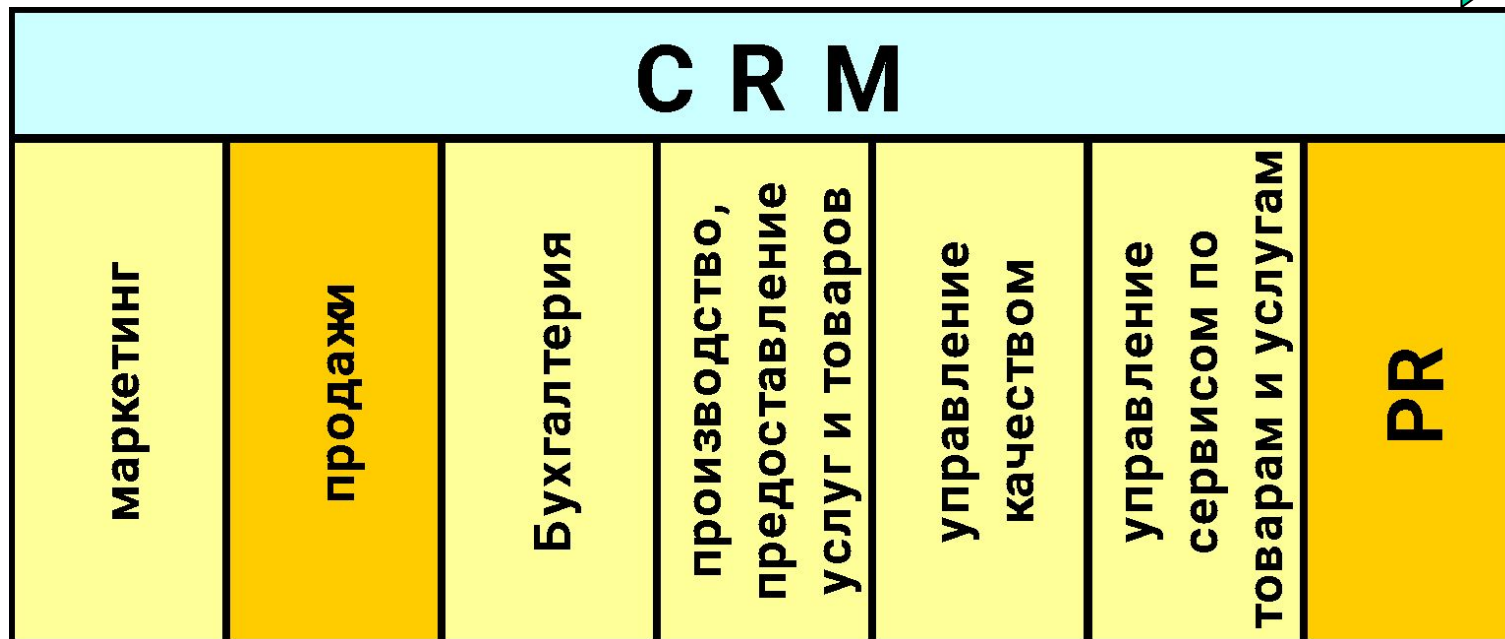
В каких отраслях нужен CRM?

- | | |
|--|--|
| 1. Автомобильные компании | 17. Поставщики техники, оборудования |
| 2. Банки | 18. Проектные организации |
| 3. Бизнес-услуги (юристы, консалтинг, аудиторы) | 19. Производители специализированных товаров |
| 4. Выставочная деятельность | 20. Производители товаров массового потребления (FMCG) |
| 5. Дистрибуторы | 21. Промышленные предприятия |
| 6. Издательства | 22. Рекламные агентства |
| 7. Лизинг | 23. Рекрутинг |
| 8. Медиа, сми | 24. Розница |
| 9. Медицина | 25. Служба доставки |
| 10. Metallургия | 26. Справочная служба |
| 11. Недвижимость | 27. Страховые компании |
| 12. Нефтетрейдеры | 28. Такси |
| 13. Образование (тренинги, семинары, учебные центры) | 29. Телекоммуникации |
| 14. Организаторы выставок, арендодатели | 30. Транспортные компании, перевозчики |
| 15. Полиграфия | 31. Турагентства |
| 16. Поставщики программного обеспечения | 32. Фармацевтические компании |

Перечень взят из открытых источников в Интернет.

Источник: Компания UIT, Кшиванский Александр (1С:Франчайзи)

Место CRM в жизни предприятия



Идеология CRM системы покрывает все участки предприятия, сотрудники которых каким-либо образом контактируют с клиентами.

Качество взаимодействия сотрудника FRONT-OFFICE с клиентом часто зависит от сотрудников BACK-OFFICE, предоставляющих ему информацию. Например: менеджеру продаж необходимо иметь информацию о оплатах, остатке товара, отгрузке товара эту информацию ему должен предоставить сотрудник бухгалтерии.

В итоге...

- ❖ Клиент – единственный источник дохода компании
- ❖ CRM-системы позволяют эффективней работать с клиентами, добиваться большего в работе с каждым клиентом
- ❖ CRM-системы нужны большому количеству компаний различных видов деятельности (межотраслевое решение)
- ❖ Внедрение CRM позволит – увеличить объем продаж \ прибыли компании
- ❖ Эффективная система управления продажами - залог благосостояния компании





Рынок CRM. Актуальность. Статистика.

CRM | SRM | HRM | BPM | СТИ



Рынок в 100 млн. \$ под ногами...

- ❖ **Мало кто из партнеров задумывался, что параллельно с рынком решений на платформе «1С:Предприятие 8» в России существует рынок CRM-решений с оборотом оцениваемым ведущими экспертами IT-отрасли в 70-100 млн.\$ \ год.**
- ❖ **Такой рынок сопоставим по объему с годовыми продажами типовых решений фирмы «1С» на платформе «1С:Предприятие».**
- ❖ **Рынок CRM в текущий момент развивается и растет! Активизируются конкуренты.**
- ❖ **Это наше с Вами потенциальное место для роста в условиях кризиса.**
- ❖ **Более 100 (из 530) партнеров начали развивать это направление после начала кризиса.**

Общие проблемы компаний (2003 г.)

ТИПИЧНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОМПАНИЙ В РФ*

- ◆ **Разрозненность Клиентской базы**
 - Есть ли единая база Клиентов? Сегментированы ли Клиенты?
 - Есть ли регламенты работы с Клиентами, насколько он эффективен?
- ◆ **Стандартизация Бизнес-Процессов в Компании**
 - Формализованы ли Бизнес-Процессы компании?
 - Установлены ли ответственные за БП и временные нормы?
- ◆ **KPIs \ Система мотивации менеджеров**
 - Кто активен, а кто «отсиживает номер»? За что поощрять, а за что наказывать?
- ◆ **Прогнозирование продаж \ управление ассортиментом**
 - Есть ли инструменты прогнозирования и анализа продаж?
 - Есть ли инструменты для управления ассортиментом?
- ◆ **Анализ эффективности маркетинга**
 - Сколько вкладываем, во что, когда и как это работает? Сколько получили назад (ROI)?
- ◆ **Защита информации**
 - Ограничен ли доступ к данным? Уведет ли с собой менеджер клиентов?

* Представлена часть проблем встречающихся на проекта внедрения 1С:CRM.

«Избитые фразы»... (80 – 90-е годы)

ЧТО ЗНАЕТ КАЖДЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ И МЕНЕДЖЕР?

- ❖ 20% клиентов приносят 80% прибыли (правило Парето);
- ❖ Затраты на привлечение нового клиента в 5-10 раз больше, чем на удержание существующего;
- ❖ Большая часть компаний из списка Fortune 500 теряет 50% своих клиентов каждые 5 лет;
- ❖ Большая часть клиентов окупается лишь через год работы с ними (соответственно, если клиент “ушел” до этого срока, то он принес убыток компании);
- ❖ Около 50% существующих клиентов компании не прибыльны из-за неэффективного взаимодействия с ними;
- ❖ Увеличение “удержания” клиентов на 5% увеличивает прибыль компании на 25-55%;
- ❖ В среднем компания контактирует 6 раз в год с потенциальным и только 4 раза в год с существующим клиентом...
- ❖ **ЕСТЬ ЗНАНИЯ, НО НЕТ ИНСТРУМЕНТА!!!**

Почему CRM нужен сейчас?

ПОЧЕМУ МЫ ГОВОРИМ О CRM СЕЙЧАС И «НЕ ГОВОРИЛИ» ОБ ЭТОМ РАНЬШЕ?

- ❖ CRM - НЕ НУЖЕН, ЕСЛИ БОЛЬШАЯ МАРЖА ПОКРЫВАЕТ ВСЕ ИЗДЕРЖКИ УПРАВЛЕНИЯ...
- ❖ CRM - НЕ НУЖЕН, ЕСЛИ ЕСТЬ ДИФИЦИТ И КЛИЕНТЫ ГОТОВЫ НА ВСЕ, ЛИШЬ БЫ КУПИТЬ...
- ❖ CRM - НЕ НУЖЕН, ЕСЛИ НА ВАШЕМ РЫНКЕ НЕТ КОНКУРЕНЦИИ...
- ❖ CRM - НЕ НУЖЕН, ЕСЛИ ДЕШЕВЛЕ ВЗЯТЬ ЕЩЕ ОДНОГО КВАЛИФИЦИРОВАННОГО СОТРУДНИКА НА НИЗКУЮ ЗАРПЛАТУ...
- ❖ CRM - НЕ НУЖЕН, ЕСЛИ НЕТ УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ...
- ❖ **КОМПАНИЯМ НУЖЕН АНТИКРИЗИСНЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ!**

Несколько фактов о CRM

ЧТО ГОВОРЯТ О CRM ВЕДУЩИЕ АНАЛИТИЧЕСКИЕ АГЕНСТВА?

- ❖ По оценкам Gartner Group и IDC к 2010 году около **90%** компаний будут иметь **информационные системы класса CRM**
- ❖ **Инновации – во взаимодействии!** Глобальное исследование IBM показало, что **75%** компаний в поисках инноваций ориентируются на внешние партнерские связи (взаимоотношения с другими компаниями)...
- ❖ **Спрос на CRM системы в России растет на 40% в год** (прогнозы на 2008 г. от 40 до 50 %)

Несколько фактов о CRM...

- ❖ Сегодня **CRM** является **бизнес-технологией №2** в ведущих компаниях мира. CRM уступает лишь традиционному лидеру среди самых популярных инструментов и технологий управления - стратегическому планированию. Другие «модные» в мире и в России бизнес-технологии не дотягивают и до первой десятки. Например, «управления цепочками спроса» занимает 11-е место, суперпопулярная «Система сбалансированных целевых показателей» (Balanced Scorecard) - 12-е место, а офшоринг и маркировка RFID 16-е и 24-е места соответственно. Таковы выводы опроса «Средства и тенденции управления», проведенного недавно компанией Bain & Co. Цель данного исследования состояла в изучении применения различных методик управления[1].
- ❖ [1] «CRM завоевывает признание», www.crmonline.ru

Несколько фактов о CRM...

- ❖ В 2000 году компания Bain впервые в своем опросе упомянула о технологии CRM. Уже на тот момент с системами этой категории работало 35% респондентов. За прошедшие семь лет популярность CRM выросла более чем в два раза. Согласно этому же исследованию, **сегодня CRM-системы используют 75% руководителей.** Лишь на 4 % больше руководителей использует в своей работе стратегическое планирование.
- ❖ Популярность CRM-систем отражают две тенденции: все большее значение, которое разработчики CRM-продуктов придают потребностям своих пользователей, и более четкое понимание того, как создавать и правильно применять CRM. [1].
- ❖ [1] «CRM завоевывает признание», www.crmonline.ru

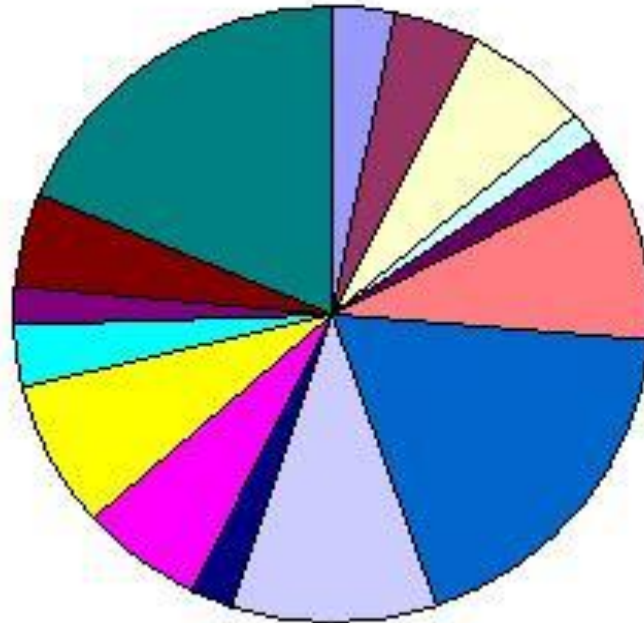
Несколько фактов о «1С:CRM»

- ❖ **Антикризисный продукт.** Продукты линейки «1С:CRM» являются управленческими антикризисными решениями, т.к. позволяют компании-клиенту решить важнейшие задачи преодоления кризиса - сохранение клиентов, снижение затрат и повышение эффективности работы;
- ❖ **Востребованный клиентами продукт.** Рост продаж за последний год продажи «1С:CRM» выросли более чем на 100%, опережая в 2,5 раза темпы роста Российского рынка CRM (40% в год). В условиях кризиса продажи «1С:CRM» не снизились, а выросли в среднем еще на 20%;
- ❖ **Универсальный продукт.** «1С:CRM» - это межотраслевой продукт, который подходит как компаниям с частыми короткими продажами, так и для компаний с редкими и длинными продажами;
- ❖ **Быстро внедряемый продукт.** В 60% случаев проект внедрения «1С:CRM» продолжается около трех месяцев, что позволяет быстро получить эффект от внедрения. Возможно поэтапное внедрение модулей CRM-системы.

Несколько фактов о «1С:CRM»

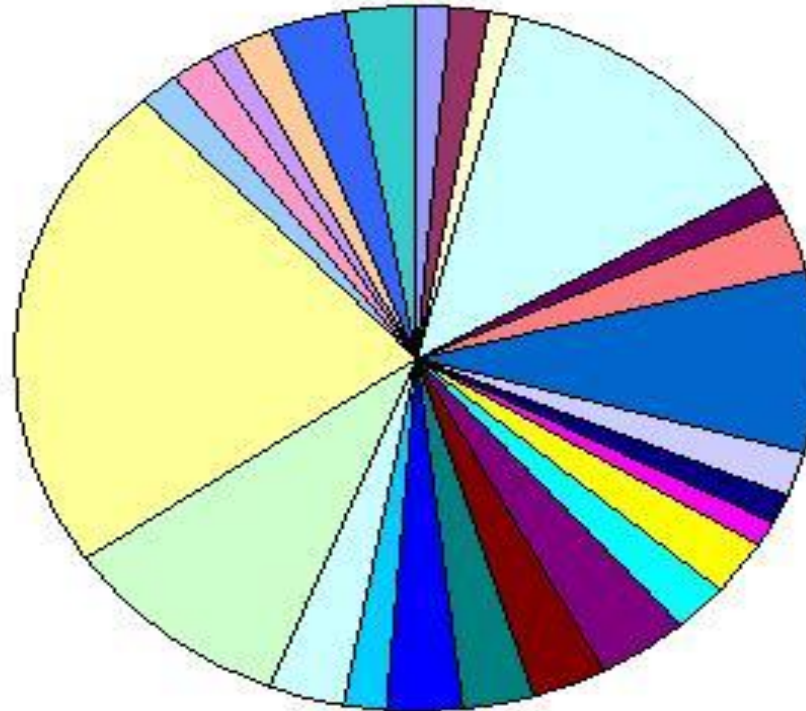
- ❖ **Гибкий настраиваемый продукт.** Только в 8% случаев в ходе внедрения «1С:CRM» требуются существенные доработки программы (более 30% от типового функционала программы). В остальных случаях продукт может быть внедрен консультантом без помощи программистов.
- ❖ **Доступный продукт.** «1С:CRM» имеет в России лучшее на рынке соотношение «цена\качество» по сравнению с решениями других производителей для рынка SMB.
- ❖ **Проверенный бизнесом продукт.** Более 3000 компаний в России, СНГ и ближнем зарубежье уже используют в своей работе «1С:CRM».
- ❖ **Лидер рынка CRM.** Три года подряд по исследованиям DSS Consulting (г. Санкт-Петербург) продукт «1С:CRM» является абсолютным лидером по количеству успешных проектов внедрения в России.
- ❖ **Выгодный продукт.** По опыту компании «1С-Рарус» и партнеров «1С», внедряющих «1С:CRM» можно с уверенностью сказать, что проекты внедрения «1С:CRM» в среднем на 50%-100% более прибыльны по сравнению с аналогичными по трудозатратам проекта внедрения «1С: Управление торговлей».

В каких отраслях работает «1С:CRM»?



- | | |
|---------------------------------------|-----------------------------|
| ■ Автобизнес | ■ Издательская деятельность |
| □ Информационные технологии | □ Оборудование, станки |
| ■ Образование | ■ Оптовая торговля |
| ■ Оптово-розничная торговля | □ Производство |
| ■ Рекламные агентства | ■ Розничная торговля |
| ■ Строительство | ■ Телекоммуникации |
| ■ Транспортные услуги, грузоперевозки | ■ Консалтинг |
| ■ Услуги | |

В каких регионах работает «1С:CRM»?



- | | | |
|-----------------|-----------------|----------------|
| Владивосток | Волгоград | Воронеж |
| Екатеринбург | Ижевск | Калининград |
| Киев | Краснодар | Красноярск |
| Курск | Минск | Мурманск |
| Нижний Новгород | Новосибирск | Одесса |
| Пермь | Рига | Ростов-на-Дону |
| Самара | Санкт-Петербург | Тверь |
| Тольятти | Уфа | Харьков |
| Челябинск | Ярославль | |

Партнеры о «1С:CRM»

- ❖ **«Мы внедряем себе «1С:CRM»... интересная штука... Спасибо за «таблетку», Сергей Маслов, Ген.дир. «ВДГБ» (г. Москва)**
- ❖ **«Я считаю, что у любой компании есть всего две основные составляющие успеха – ее сотрудники и ее клиенты. Именно эти две группы людей формируют наши доходы, помогают карьерному росту, приводят компании к взлетам или падениям. Чего проще – относись доброжелательно к клиентам, цени своих сотрудников, и ты - лидер! Но не все так легко. ...«1С:CRM» создана, чтобы помогать любым компаниям в решении проблем по организации доброжелательных взаимоотношений с клиентами».** Юрий Приходько, Руководитель отдела Внедрения компании «ГЭНДАЛЬФ» (г.Ростов-на-Дону).
- ❖ **«Затрат микро, а эффект макро!».** Владислав Епанчинцев, Ген. дир. «Софт-Юнион» (г.Белгород)

Б.Г. Нуралиев о «1С:CRM»

- ❖ <http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=115416>

Б.Г. Нуралиев, интервью для «PC WEEK»:

- ❖ **«Надо отслеживать изменение потребностей в кризисный период и возникновение новых. Например, не очень трудно догадаться, что для предприятий, испытывающих спад спроса, будет возрастать важность технологий удержания клиентов, ценность CRM-решений. Когда рынок бурно рос, к этим технологиям многие относились скептически: «ну, потеряли одного клиента, вон их сколько еще в очереди». А в сентябре 2008 г. продажи «1С:CRM» выросли в 2,27 раза по сравнению с сентябрем 2007-го».**



Особенности автоматизации в текущих экономических условиях

CRM | SRM | HRM | BPM | СТИ



История вопроса автоматизации

- ❖ Можно сказать, что у всех коммерческих компаний автоматизирован регламентированный учет (в разной степени, в т.ч. используется аутсорсинг учета)
- ❖ На рынке есть специализированные продукты отражающие отраслевую специфику компаний (опять в основном учет, не управление)
- ❖ Говорим о необходимости управленческой автоматизации компаний уже очень давно... «но воз и ныне там!»
- ❖ **Появились новые обстоятельства, которые заставляют еще раз вернуться к теме управленческой автоматизации**

Кризис...

Это не трудности, а кризис...

- ❖ **5 ноября 2008 года на заседании правительства В.В. Путин сказал: «У нас нет кризиса, у нас есть трудности...»**
- ❖ **18 ноября 2008 года на заседании президиума Госсовета РФ в г.Ижевск президент России Д.А. Медведев официально признал, что кризис ликвидности (финансовый кризис) перерастает в РФ в кризис реальной экономики.**
- ❖ **Д.А.Медведев: «...2009 год будет очень сложным... к бабке не ходи...»**

Тяжелые времена

Теперь продавать товары и услуги, и, удерживать клиентов станет сложнее

- ❖ Уже происходит 10-30% падение спроса на товары и услуги, усиливается конкуренция на рынках внутри страны и с иностранными компаниями
- ❖ В периоды финансовых кризисов спрос смещается в сторону более дешевого предложения:
 - Клиенты «считают деньги» и «торгуются»
 - Отказываются от всего дополнительного и необязательного, сопутствующих товаров, дорогих товаров
- ❖ Требуется изменение тактики работы компании
- ❖ **Активный рост и быстрое освоение рынка должны заменить *ОБОСНОВАННОЕ* снижение затрат + *БЫСТРОЕ* повышение эффективности труда + *АГРЕССИВНОЕ* удержание клиентов.**

Выход из ситуации

Повысить эффективность работы компании:

- ❖ Автоматизировать рутинные операции
 - ❖ Выявить неэффективные операции
 - ❖ Оптимизировать основные бизнес-процессы
 - ❖ Улучшить сервис для клиентов
 - ❖ Оптимизировать использование рабочего времени (основного производственного ресурса!)
 - ❖ И т.п.
- А где же инструмент!?***

« Цикл улучшения »

Итерационный процесс улучшений:

- ❖ Внедрить инструмент управления
- ❖ Понять что происходит (измерить)
- ❖ Оптимизировать операции
- ❖ Внести изменения в бизнес-процессы компании
- ❖ Понять что происходит (измерить) и т.д.
- ❖ Рекомендуем не «изобретать велосипед», а использовать существующие и проверенные временем инструменты (1С:CRM и СТИ-технологии) для решения задач автоматизации управления, экономии средств, повышения эффективности бизнеса и удержания клиентов



Линейка продуктов «1С:CRM»



1С:CRM Базовая версия



1С:CRM ПРОФ (+ версии для Украины, Белоруссии, Казахстана)



1С:Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)



1С:Управление производственным предприятием + CRM ПРОФ (конфигурация)

Более 3000 клиентов, более 20 000 пользователей

Наименование	Розничная цена, руб.
1С:CRM.Базовая версия	3 000
1С:CRM ПРОФ	9 000
1С:Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)	17 100
1С:Управление производственным предприятием + CRM ПРОФ (конфигурация)	Бесплатно, пользователям 1С:CRM и УПП
1С:CRM ПРОФ. Дополнительная лицензия на 1 рабочее место	4 500
1С:CRM ПРОФ. Многопользовательская лицензия на 5 рабочих мест	21 000
1С:CRM ПРОФ. Многопользовательская лицензия на 10 рабочих мест	39 000
1С:CRM ПРОФ, Многопользовательская лицензия на 20 рабочих мест	75 000
1С:CRM ПРОФ, Многопользовательская лицензия на 50 рабочих мест	180 000
1С:CRM ПРОФ, Многопользовательская лицензия на 100 рабочих мест	345 000

«CRM» есть у клиента уже сейчас...

ПОЧЕМУ РАБОТА МОЖЕТ БЫТЬ НЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ?

- ❖ Блокноты менеджеров и файлы Excel
- ❖ Почта, контакты, напоминания в MS Outlook
- ❖ Настройки в учетных программах «1С»
- ❖ Бесплатные Микро-CRM (локально, не санкционировано, «в разнобой»)

НО...

- ❖ «Кто во что горазд...» \ «Лебедь, Рак и Щука»
- ❖ Нет стандартов сбора, хранения и обработки информации
- ❖ Все разрозненно \ локально
- ❖ Нет связи с учетной системой
- ❖ **НЕТ ЭФФЕКТИВНОСТИ И БЕЗОПАСНОСТИ!**

Кому продавать «1С:CRM»?

КТО ЯВЛЯЕТСЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ ПРИ ПРОДАЖЕ 1С:CRM?

- ❖ Основной целевой аудиторией для продукта являются новые клиенты:
 - организаций оптово-розничной торговли
 - организаций сферы услуг
 - проектных организаций
 - сервисных организаций
 - выделенных торговых подразделений производственных компаний и т.д.

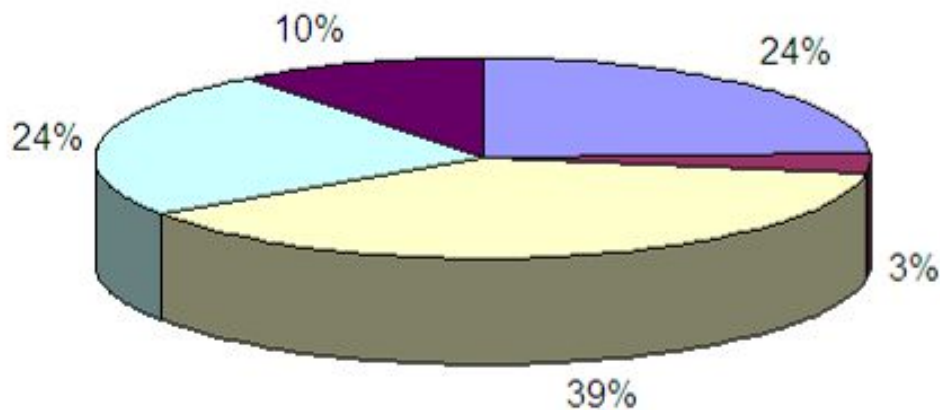
КТО ЯВЛЯЕТСЯ КОНТАКТОМ \ ЛПР В КОМПАНИИ КЛИЕНТА ПРИ ПРОДАЖЕ 1С:CRM?

- ❖ Лица принимающие \ влияющие на решение:
 - Владельцы и акционеры
 - Директора
 - Топ-менеджеры
 - Руководители отделов продаж, маркетинга и сервисного обслуживания

Кому продавать «1С:CRM»?

КОМУ ПРОДАВАТЬ 1С:CRM? (ОПРОС ПАРТНЕРОВ 1С):

5. Какой категории клиентов Вы чаще всего предлагаете «1С:CRM»:

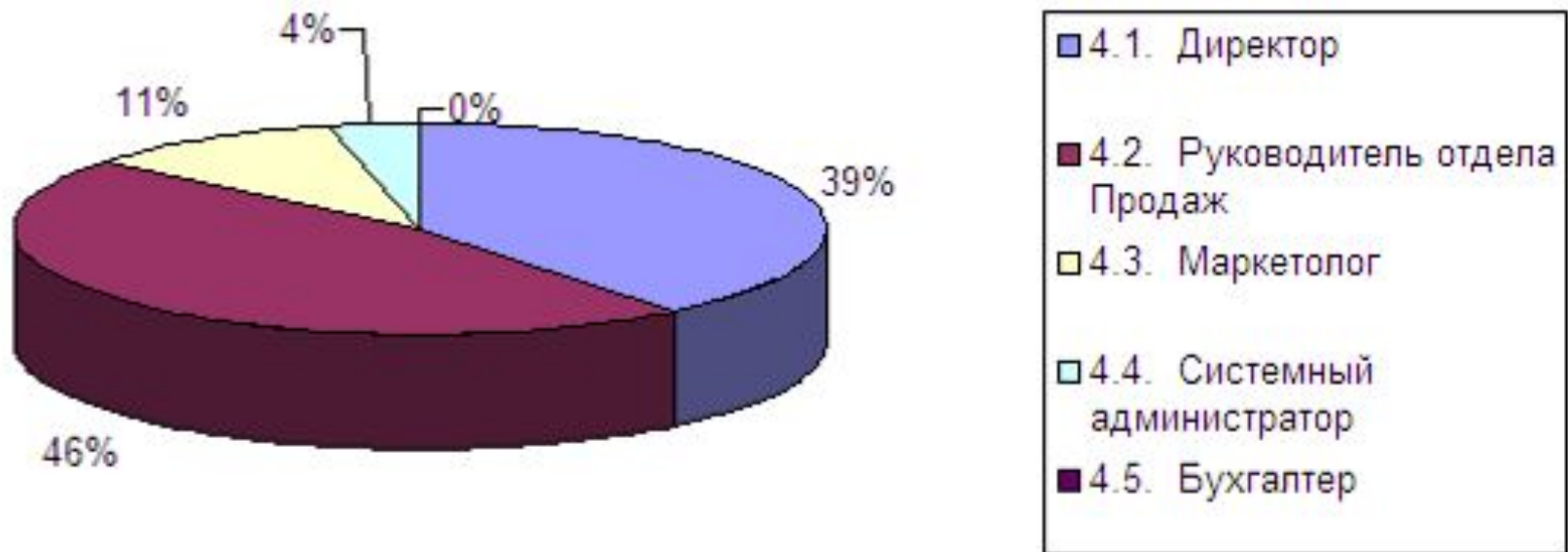


- 5.1. Новым клиентам, с которыми мы раньше не работали
- 5.2. Тем, кто купил у нас 1С:Бухгалтерия предприятия 8
- 5.3. Тем, кто купил у нас 1С:Управление торговлей 8
- 5.4. Тем, кто купил у нас 1С:Управление производственным предприятием 8
- 5.5. Тем, кто купил у нас отраслевое решение (какое?)

Кому продавать «1С:CRM»?

КОМУ ПРОДАВАТЬ 1С:CRM? ВХОД В КОМПАНИЮ КЛИЕНТА И ЛПР (ОПРОС ПАРТНЕРОВ 1С):

4. Кто в компании клиента чаще всего интересуется «1С:CRM»?



Какие каналы использовать?

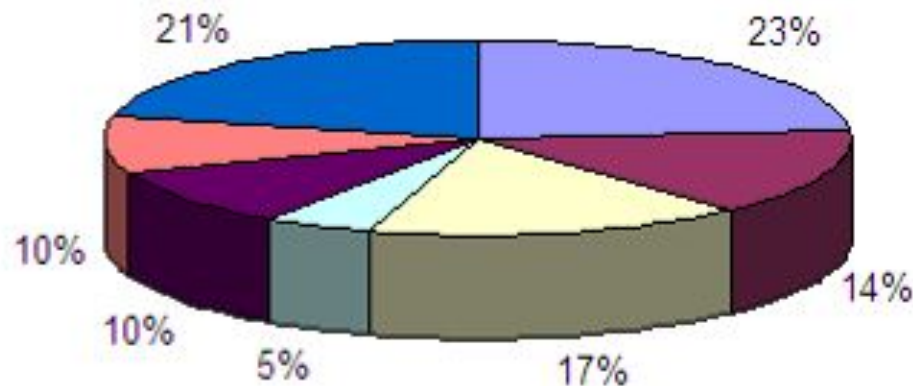
КАКИЕ КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ 1С:CRM НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫ? (ОПЫТ 1С-Рарус):

- ❖ Бесплатные семинары для клиентов
- ❖ Интернет
 - Сайт компании
 - Сайт Фирмы 1С (пресс-релизы о внедрениях)
 - Специализированные порталы (отраслевые)
 - Yandex
 - Google
- ❖ СМИ
- ❖ Выставки

Какие каналы использовать?

КАКИЕ КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ 1С:CRM НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫ? (ОПРОС ПАРТНЕРОВ 1С):

2. Какие каналы продвижения «1С:CRM» Вы (использовали/не использовали), (считаем эффективным/неэффективным)?

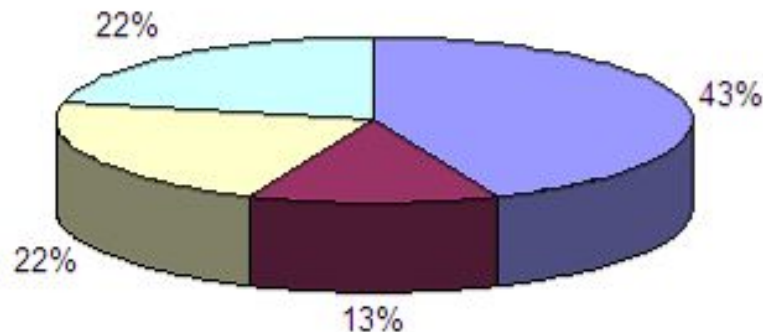


- 2.1. Сайт компании
- 2.2. Интернет реклама
- 2.3. Семинар о «1С:CRM»
- 2.4. Реклама в СМИ
- 2.5. Статьи в СМИ
- 2.6. Рекомендация ваших клиентов
- 2.7. Выставки и конференции

Практика продаж «1С:CRM»

КАК ПРОДАВАТЬ 1С:CRM? ПОДГОТОВКА К ПРОДАЖЕ (ОПРОС ПАРТНЕРОВ 1С):

8. Как у Вас организован процесс демонстрации «1С:CRM» клиенту?
(отметить варианты)

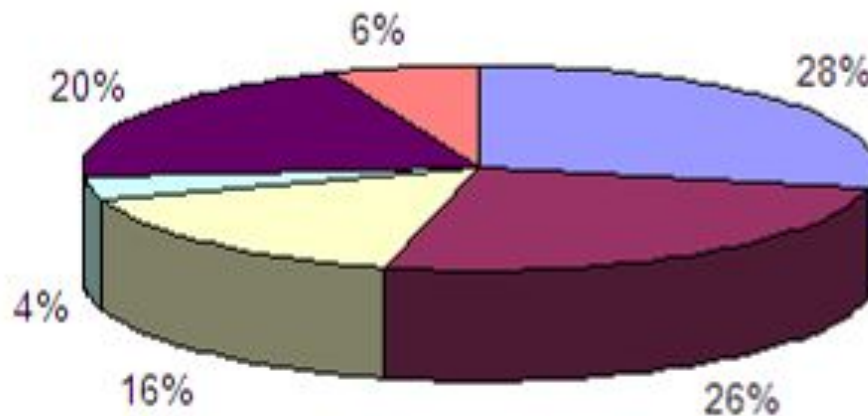


- 8.1. Проводим предварительный сбор данных о клиенте (платежеспособность, отрасль, продукты, размер компании и т.д.)
- 8.2. Готовим под клиента Демо-базу
- 8.3. Готовим список аналогичных проектов и отзывы клиентов
- 8.4. Не проводим подготовки, показываем «с колес»

Практика продаж «1С:CRM»

КАК ПРОДАВАТЬ 1С:CRM? СПОСОБЫ ПРОДАЖ (ОПРОС ПАРТНЕРОВ 1С):

7. Какие способы продаж «1С:CRM» Вы используете?



- 7.1. Демонстрация в собственном офисе
- 7.2. Демонстрация в офисе клиента
- 7.3. Бесплатные семинары для клиентов
- 7.4. Платные семинары для клиентов
- 7.5. Участие в выставках и конференциях
- 7.6. Телемаркетинг

Преимущества «1С:CRM»

ЧТО ГОВОРИТЬ КЛИЕНТУ?

- ❖ **1С:CRM интегрируется в учетную систему**, позволяя создать единое пространство для работы компании, анализировать совместно данные по клиентам, финансы и товарооборот
- ❖ Существует **возможность доработки 1С:CRM** под потребности компании клиента
- ❖ **Возможность 1С:CRM интеграции** с телекоммуникациями (телефония, SMS, факс) и web-приложениями; позволяет организовать удаленные рабочие места
- ❖ **1С:CRM - отечественная разработка** и полностью соответствует особенностям отечественной практики ведения бизнеса
- ❖ **Самая низкая стоимость лицензий и услуг по внедрению 1С:CRM** среди аналитических CRM-систем для малого и среднего бизнеса

Антикризисные фишки 1С:CRM

КАК ПОСТРОИТЬ ПРЕЗЕНТАЦИЮ ПРОДУКТА 1С:CRM?

- ◆ - Решение антикризисных задач компании с помощью "1С:CRM":
 - - Сохранение клиентской базы
 - - Удержание платежеспособных клиентов
 - - Управление рабочим временем (таймменеджмент)
 - - Повышение производительности труда с помощью автоматизированных бизнес-процессов
 - - Ускорение информационных потоков внутри компании
 - - Оптимизация продуктового портфеля компании
 - - Управление отношениями с поставщиками
 - - Оптимизация расходов на рекламу
 - - Управление дебиторской задолженностью
 - - Сокращение временных затрат руководителя на контроль текущей деятельности компании
 - - Автоматизация рутинных операций

«1С:CRM» помогает компании:

- ❖ Повысить эффективность труда сотрудников
- ❖ Оптимизировать персонал (перераспределение по отделам)
- ❖ Создать обоснованную систему мотивации
- ❖ Быстро ввести в работу новых сотрудников
- ❖ Преодолеть кризис продаж \ организовать отдел продаж
- ❖ Выделить перспективных клиентов, отказаться от «бедных» клиентов
- ❖ Объединить продажи разных подразделений компании (перекрестные продажи)

« 1С:CRM » помогает компании:

- ❖ Побороть дебиторку и задержки платежей
- ❖ Эффективно работать с партнерами (совместные проекты)
- ❖ Усилить PR компании
- ❖ Оптимизировать расходы на маркетинг
- ❖ Предложить альтернативу дорогому западному софту
- ❖ Разработать свои тиражные решения
- ❖ Найти новые направления развития для компании
- ❖ Заняться собственной автоматизацией
- ❖ Открыть дополнительный офис

7 способов продать «1С:CRM»

- ◆ **Раздел на Вашем сайте**
- ◆ **Семинар для клиентов**
- ◆ **Рассылка старым клиентам (УТ, УПП, ТиС)**
- ◆ **Допродажа с типовыми ПП 1С (УТ, УПП, ТиС)**
- ◆ **Статья в местной прессе**
- ◆ **Внедрить у себя – сотрудники сами начнут продавать!**
- ◆ **Продажа книги «CRM:Российская практика эффективного бизнеса»**

Продажа CRM: используйте книгу!

ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КНИГИ В ПРОДАЖАХ 1С:CRM

- ❖ Использование как бонуса (и помощи в принятии решения) для потенциальных клиентов
- ❖ Для обоснования бюджета проекта внедрения перед клиентом (технология, трудности внедрения и т.д.)
- ❖ Использование в акциях (как подарка при покупке программы)
- ❖ Использование как приза в розыгрышах среди клиентов (например, среди подписчиков ИТС) или при проведении семинаре для клиентов
- ❖ Обучение теории и технологиям CRM сотрудников компании партнера «1С»

Результаты партнеров 1С

- ❖ **«РИЦ» (г.Екатеринбург):** провели семинар-тренинг для клиентов, где провели сквозной пример на подготовленной демо-базе. Несколько крупных проектов (УПП+CRM ПРОФ).
- ❖ **«CDC» (г.Москва):** провели телемаркетинг по текущей клиентской базе. Получили более 500 потенциальных клиентов и 16 продаж. Сейчас развивают направление внедрения «1С:CRM» как одно из стратегических.
- ❖ **«МАСТЕР СЕРВИС Инжиниринг» (г.Москва):** вместо УТ продается в 90% случаях «1С:Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)». Специализация на «1С:CRM» помогла развиваться компании на конкурентном рынке автоматизации торговли с нуля.
- ❖ **«Гендальф» (г.Ростов-на-Дону):** обучение своих сотрудников, серия статей в местной прессе, семинар для клиентов по CRM. Результат – 6 «горячих» контактов, более 20 заинтересовавшихся.
- ❖ **«1АБ» (г.Москва):** серия тематических семинаров по CRM, специальный раздел о «1С:CRM» на сайте. Есть первые продажи!

Результаты партнеров 1С

- ❖ **«1С-Рарус Сочи» (г.Сочи):** провели семинар для клиентов. Заказы пришли уже на следующий день! Сейчас порядка 10-ти КП на проекты в работе.
- ❖ **«ВДГБ» (г.Москва):** внедряют себе и развивают выделенное подразделение «1С:CRM».
- ❖ **«Геософт-Консалт» (г.Екатеринбург):** «1С:CRM» - неотъемлемая часть комплексного предложения по автоматизации торговых компаний.
- ❖ **«Айлант» (г.Волгоград):** проект 20 рабочих мест в компанию «ЖАСКО» был продан при переговорах по.
- ❖ В 2008 году проведена серия тематических семинаров совместно с партнерами более чем в 20 городах России. Многие партнеры не дождались нас в гости, провели сами при нашей поддержке. Результаты у Всех положительные.

В итоге...

СУХОЙ ОСТАТОК И... НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ!

- ◆ **CRM-технологии – инструмент повышения эффективности и безопасности бизнеса**
 - Максимальный контроль над ситуацией
 - Информационно обоснованное принятие решений
 - Инструмент эффективной работы с клиентами, поставщиками, сотрудниками для всей компании
- ◆ **Шаг к другим передовым методикам управления**
 - Внедрение современных методик управления (BCS, MBO, стандарты ISO...)
 - Контроль эффективности расходов на маркетинг (ROI)
 - CRM позволяет получить необходимые данные для внедрения данных технологий



Что говорят о «1С:CRM» руководители компаний?



ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ О «1С:CRM»

ЧТО ГОВОРЯТ КЛИЕНТЫ ОБ «1С:CRM»? (ОПРОС):

- ❖ «Использование «1С:CRM» позволило нашей компании создать единое информационное пространство по работе с клиентами, партнерами и поставщиками». Директор «Компании Энергоприбор» (г.Екатеринбург), Виктор Черепанов.
- ❖ «Всем своим покупателям компания «Далекс Офис» обеспечивает индивидуальный подход и внимательное отношение. Логичным развитием данных принципов работы является внедрение CRM-системы у нас в компании. Наличие такой системы дает существенное конкурентное преимущество на рынке... Эффект от внедрения «1С:CRM» был получен уже через несколько недель работы!». Директор компании «Далекс Офис» (г.Москва), Александр Абишев.
- ❖ «Клиенты сами решают, когда и каким образом они будут обращаться в компанию, в результате чего работа call-центра протекает далеко не равномерно. Благодаря новой CRM-системе интегрированной с телефонией офиса решена проблема качества обслуживания клиентов в пиковые периоды при сохранении той же численности персонала». Руководитель проекта внедрения компании «ХэлпЛайн» (г.Москва), Александр Паволоцкий.

ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ О «1С:CRM»

ЧТО ГОВОРЯТ КЛИЕНТЫ ОБ «1С:CRM»? (ОПРОС):

- ❖ «Для нас важен каждый клиент, а при такой большой клиентской базе, как наша, возможна потеря информации, задвоение, или несвоевременное ее получение. Внедрение решения «1С:CRM» позволило оптимизировать работу менеджеров...». Исполнительный директор компании «САТЕЛ» (г.Москва), Александр Жихарев.
- ❖ «Использование CRM-системы позволило совершить значительный скачок в развитии нашей компании. Были получены значимые результаты от внедрения программного продукта, основным из которых является увеличение оборотных средств на 35 %. Использование «1С:CRM» позволило также высвободить время для решения стратегических задач, что является немаловажным фактором развития любой компании в конкурентной среде. Хочется отметить высокое качество предоставляемых услуг компании «РИЦ» и оперативность решения поставленных нами задач. Благодаря специалистам компании, нам удалось запустить систему в кратчайшие сроки». Генеральный директор компании «ПромОборудование» (г. Екатеринбург), Владимир Демин.

ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ О «1С:CRM»

ЧТО ГОВОРЯТ КЛИЕНТЫ ОБ «1С:CRM»? (ОПРОС):

- ❖ «Наверное, можно сказать, что с этого момента (внедрения CRM-системы) и началась настоящая история нашей компании...». Бизнес-консультант, директор «Консалтингового центра «Практик» (г. Воронеж), Юрий Кутепов.
- ❖ «Как мы жили без CRM? Как все - мучились, конечно... Руководители подразделений должны были для анализа каждый раз сводить воедино кучу данных из электронных таблиц...». Заместитель директора по ИТ направлению «Внутренняя автоматизация» компании РБК (г.Москва), Василий Филонец.
- ❖ «Ситуация на рынке требует перехода компании на новый уровень управления... Растет число наших клиентов и партнеров по всей России и мы обязаны предложить им качественное обслуживание в соответствии с корпоративным стандартом «ALERTA». Для этого мы используем самые современные CRM-технологии. Очередным шагом вперед в качестве обслуживания клиентов для «ALERTA» стал переход на платформу «1С: Предприятие 8» и внедрение «1С:CRM»... Директор компании «ALERTA» (г.Подольск), Александр Пыжиков.



Технологии – партнерам! ©

«1С:CRM»: быстрый старт

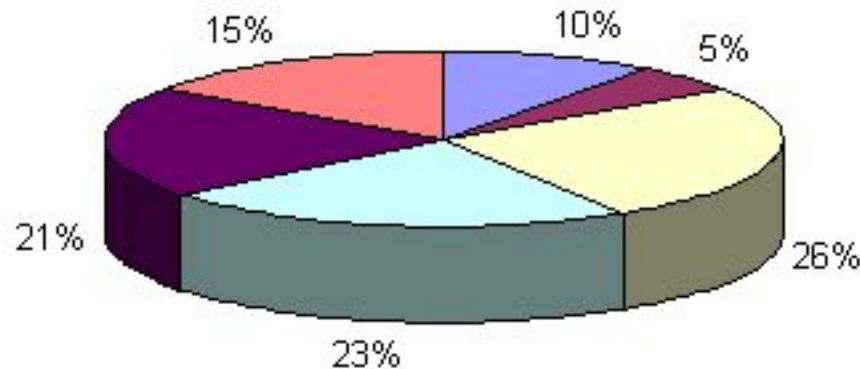
CRM | SRM | HRM | BPM | СТИ



Анализ потребностей

Данные опроса партнеров «1С» проведенный в апреле 2008 г.

Какая дополнительная методическая поддержка для организации продаж Вам необходима?



- Курс обучения по функциональности продуктов «1С:CRM»
- Методика организации подразделения «1С:CRM» в «1С:Франчайзи»
- Методика организации продаж «1С:CRM»
- Методика внедрения «1С:CRM»
- Материалы по «1С:CRM» для размещения на собственном интернет сайте
- Методические материалы для организации семинара по «1С:CRM» в Вашем регионе

«Технологии – Партнерам!»

ПРЕДПОСЫЛКИ ВЫПУСКА МЕТОДИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ:

- ❖ Облегчение и ускорение освоения «1С:CRM» клиентами
- ❖ Наша реакция на потребности партнеров в материалах по организации подразделения «1С:CRM», продажам и внедрению продукта
- ❖ Попытка задать некие стандарты во продажам и внедрении продуктов линейки «1С:CRM», т.к. вопрос качества является одним из ключевых для присутствия продукта на рынке
- ❖ Желание включить партнеров в процесс создания и развития технологий работы с продуктами «1С:CRM» - одна голова хорошо, а много голов во много раз лучше 😊
- ❖ Очень хорошо, что успели создать «Программно-методический комплекс «1С:CRM» ДО начала кризиса - есть время начать пользоваться.

Курс ЦСО «1С:CRM»

- ❖ **Цель курса – изучение функционала «1С:CRM»**
- ❖ **Методичка курса готова, курс сертифицирован в «1С»**
- ❖ **Сейчас обкатываем курс в ЦСО «1С-Рарус»**
- ❖ **Курс универсальный для всех продуктов в части «1С:CRM»:**
 - **«1С:CRM.Базовая версия»**
 - **«1С:CRM ПРОФ»**
 - **«1С:Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)»**
 - **Конфигурация «1С:Управление производственным предприятием + CRM ПРОФ»**
- ❖ **Можно комбинировать с курсами ЦСО по типовым решениям (УТ и УПП)**
- ❖ ***С 2009 года планируем сделать доступным для всех ЦСО***

Книга

А. Кудинов

CRM:

**Российская практика
эффективного бизнеса**



- ❖ Пилотный тираж вызвал значительный интерес партнеров и клиентов
- ❖ В продаже электронный вариант за SMS-ку на online.1c.ru
- ❖ Основной выпуск книги (твердая обложка, улучшенная верстка и хорошая бумага) уже на складе «1С» 😊
- ❖ Просьба книгу прочитать самим и передать ответственным за направление «1С:CRM»
- ❖ **ОЧЕНЬ** жду критику и предложения на crm@rarus.ru или лично (А. Кудинов)
- ❖ **С.Маслов (ВДГБ): «Отличная книга, читаю как художественную литературу...»**

Позиционирование книги

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ИЗДАНИЯ

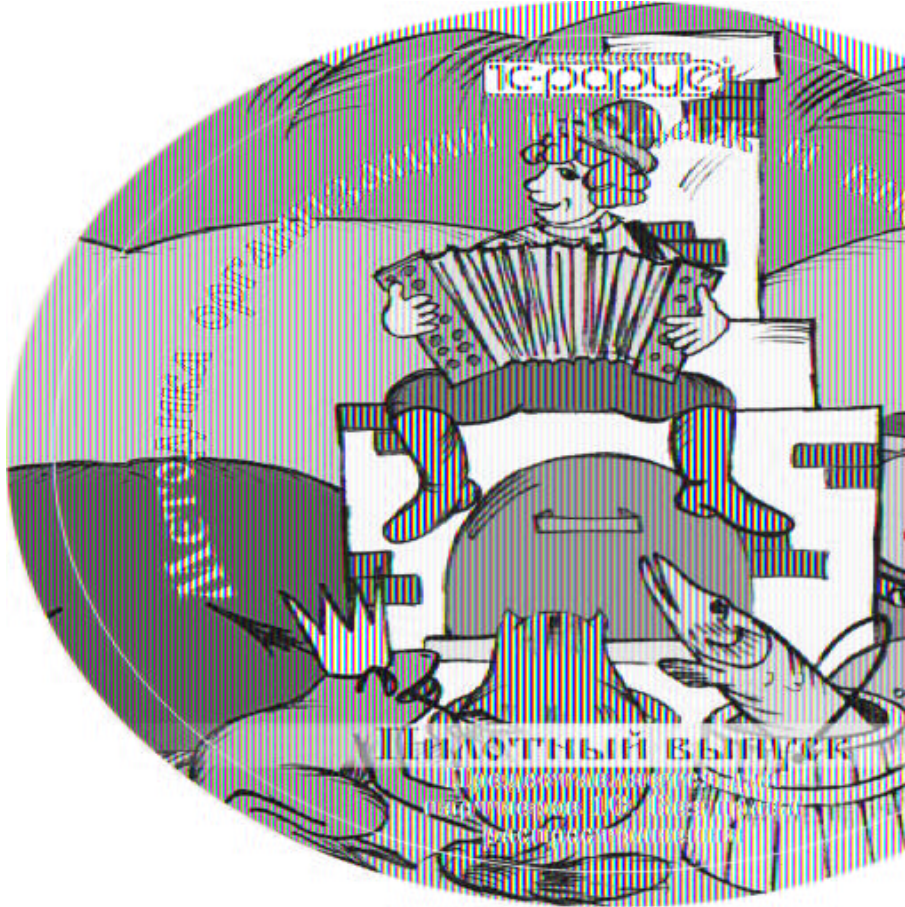
- ❖ Книга адресована широкому кругу читателей:
 - владельцам бизнеса
 - руководителям компаний
 - менеджерам компаний
 - консультантам по внедрению CRM-систем (партнерам 1С)
 - всем, кто задумывается о внедрении CRM-технологий или уже внедряют CRM-систему у себя на предприятии.
- ❖ Книга позволяет за короткое время и в сжатом виде освоить теорию и практику применения клиентоориентированных технологий в бизнесе.
- ❖ Основной задачей выпуска книги является продвижение технологий CRM на массовый рынок
- ❖ На рынке почти нет «серьезной» литературы на русском языке по тематике CRM...

Содержание книги

КАК УСТРОЕНА КНИГА

- ❖ **Всего 10 глав и приложения**
- ❖ Рассмотрены вопросы теории CRM, бизнес-задач которые может помочь решить CRM-система, функциональность CRM-системы, аналитики мирового и российского рынка CRM, основных критериев выбора CRM-системы, даны примеры внедрения CRM на российских предприятиях, даны советы по практическому применению функционала «1С:CRM», технология внедрения CRM-системы, практические рекомендации по управлению проектами внедрения «1С:CRM», семейство программных продуктов «1С:CRM» и рекомендации по выбору.

CD-ROM «Методика...»



- ◆ **БЕСПЛАТНО** распространяется «1С-Рарус»
- ◆ Диск **ТОЛЬКО** для партнеров 1С. Клиентам показывать не рекомендуется.
- ◆ Просьба материалы диска не выкладывать в Интернет и не передавать за пределы сети партнеров 1С
- ◆ **ОЧЕНЬ** ждем критику и предложения на crm@rarus.ru или лично (А.Кудинов)

Содержание CD-ROM «Методика...»

- ❖ А. Кудинов, Л.Ахметова **«Методика организации продаж и внедрения «1С:CRM» в «1С:Франчайзи» (ПИЛОТНЫЙ ВЫПУСК)** - сама методичка, представлена в формате .pdf

ПРИЛОЖЕНИЯ (в формате MS Word для возможности редактирования)

- ❖ **Приложение 1. СЛОВАРЬ**
- ❖ **Приложение 2. Часто задаваемые вопросы (ЧаВО)**
- ❖ **Приложение 3. Список литературы и других источников информации о CRM**
- ❖ **Приложение 4. Регламенты (получение обновлений, обмен ключей, покупка дополнительного экземпляра литературы и т.д.)**
- ❖ **Приложение 5. Полезные контакты (ЛК, технические вопросы, локализаторы и т.д.)**

Содержание CD-ROM «Методика...»

На CD-ROM представлены шаблоны документов:

- 1. Материалы по организации подразделения 1С:CRM**
- 2. Материалы для обучения**
- 3. Материалы для сайта**
- 4. Материалы по маркетингу (в т.ч. статьи о CRM)**
- 5. Материалы по продажам (шаблоны)**
- 6. Материалы по внедрению (шаблоны)**
- 7. Материалы для семинара**
- 8. Материалы по СТИ (компьютерная телефония)**

❖ *Шаблоны документов требуют адаптации*

❖ *Используйте дополнительно книгу «CRM:Российская практика эффективного бизнеса» в части технологии внедрения, функционала и проблем проектов*

❖ *Материалы CD-ROM «МЕТОДИКИ...» и книги НЕ ДУБЛИРУЮТ ДРУГ ДРУГА, их надо использовать ВМЕСТЕ*

«Методика...»

КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

- ❖ Использовать советы из «Методики...»
- ❖ Адаптировать понравившиеся шаблоны документов под свою специфику
- ❖ Присылать на crm@rarus.ru пожелания и замечания
- ❖ Присылайте свои наработки - включим в «Методику...»

- ❖ Представлен пилотный выпуск «Методики...»
- ❖ Могут быть «недочеты»
- ❖ Что-то может не работать (например, меню) 😊

«1С:CRM»: быстрый старт

- ❖ Шаг «ноль» - провести анализ своих клиентов и прогноз спроса на CRM-решения
- ❖ Выделить ответственного за направление
- ❖ Купить NFR БАНДЛ (1С:CRM ПРОФ + Книга + CD-ROM для партнеров)
- ❖ Изучить все материалы + список рекомендуемой литературы
- ❖ Посетить курсы 1С-Рарус по CRM (можно организовать выездные)
- ❖ Провести презентацию 1С:CRM и методик продаж у себя в компании
- ❖ Внедрить CRM себе (NFR) (набить шишки)
- ❖ Провести акцию среди пользователей УТ и УПП
- ❖ Найти «спелого клиента» - попробовать на нем 😊

«Вторая волна» проектов

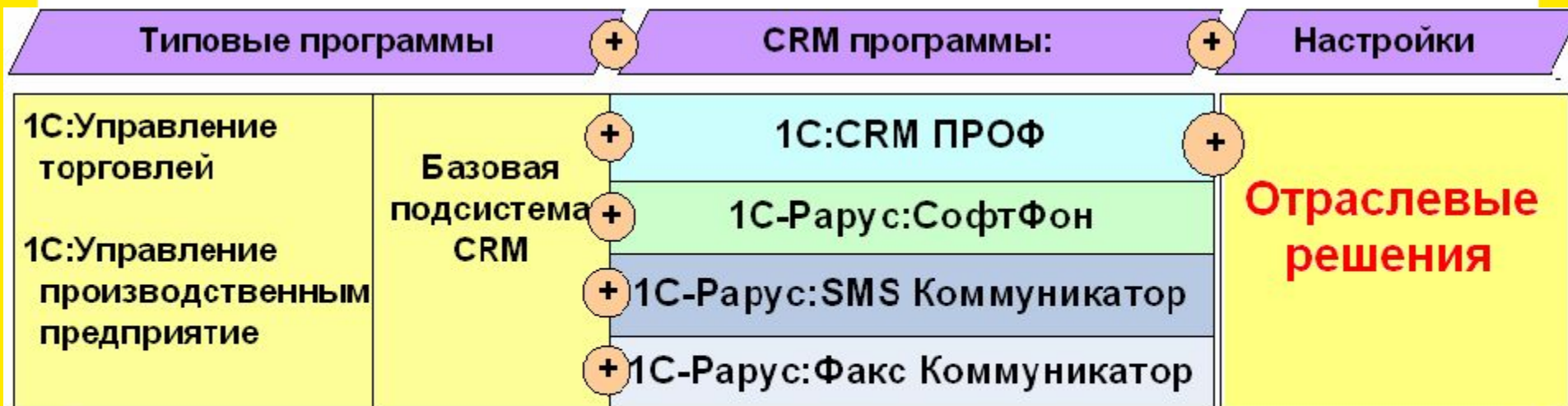
КАК С ПОМОЩЬЮ 1С:CRM МОЖНО ЗАРАБОТАТЬ НА СТАРЫХ КЛИЕНТАХ?

- ❖ Как получить еще один проект у старого клиента?
 - Предложить расширенный функционал для уже действующей системы автоматизации
- ❖ Возможности интеграции «1С:CRM ПРОФ» и СТИ-решений в УТ, УПП и отраслевые решения на их основе:
 - CRM \ SRM
 - СофтФон (интеграция с телефонией)
 - SMS и Факс интеграция

Отраслевые решения на 1С:CRM

Предлагаем отраслевую специализацию по «1С:CRM»:

- ❖ Быстрая разработка отраслевого решения на базе «1С:CRM»
- ❖ Встраивание «1С:CRM» и Коммуникаторов в уже существующие отраслевые решения
- ❖ Совместное продвижение отраслевых версий созданных на базе «1С:CRM» и Коммуникаторов



1С:Предприятие 8



Сапожник... с сапогами!

CRM | SRM | HRM | BPM | СТИ



Основная проблема партнеров

«Все мы привыкли к «легким» деньгам...», А. Тимашов, AXELOT, г.Москва

- ❖ Многие годы Б.Г. Нуралиев в своих докладах на партнерских семинарах «1С» представляет рейтинг основных проблем «1С:Франчайзи»
- ❖ Традиционное первое место всегда занимала нехватка специалистов, т.е. «кадровый голод»
- ❖ Сейчас такого голода нет и на первое место выходит проблема «слабого менеджмента»
- ❖ Ранее эта проблема нивелировалась хорошей маржой и присутствием избыточного числа платежеспособных клиентов
- ❖ «1С:CRM» является управленческим инструментом, который позволяет внедрить в компании «1С:Франчайзи» передовые методики управления и повысить качество управления

Как «1С:CRM» используется в работе «1С:Франчайзи Софт-Юнион». История успеха.



Епанчинцев Владислав
Генеральный директор компании
ООО «Софт-Юнион» (г. Белгород)

История и результат

История собственной автоматизации компании «Софт-Юнион»

- ❖ Сначала дописывали что-то в «1С: Бухгалтерии 7.7»
- ❖ В январе 2005 перешли на «Управление Торговлей»
- ❖ С января 2007 – «Управление Торговлей + CRM ПРОФ». Долой бумажные носители!
- ❖ С января 2008 – «Управление Торговлей и Взаимоотношениями с Клиентами (CRM)»

Результат

- ❖ «1С:CRM» - действительно полезный инструмент
- ❖ Затрат на внедрение – микро, эффект – макро
- ❖ Полностью избавились от «бумаги»!
- ❖ «1С:CRM» работает у нас в офисе – можем предлагать клиентам посмотреть «вживую» (как демо-стенд)

The screenshot displays the 1С:CRM application window titled "1С:Предприятие - Софт-Юнион". The main window is "Контрагенты: Байт" (Contractors: Bayt). The "Общие" (General) tab is active, showing a list of categories. The list includes "1С_77" (selected), "1С_8", "Win_древняя", "Win2000Srv", "Win2003Srv", "WinVista", "WinXP", "Антивирус_KAV", "Антивирус_NAV", "Антивирус_NOD", "Интернет", "Сервер", and "Vista".

Категория	Выбор
1С_77	<input checked="" type="checkbox"/>
1С_8	<input checked="" type="checkbox"/>
Win_древняя	<input type="checkbox"/>
Win2000Srv	<input type="checkbox"/>
Win2003Srv	<input checked="" type="checkbox"/>
WinVista	<input type="checkbox"/>
WinXP	<input type="checkbox"/>
Антивирус_KAV	<input type="checkbox"/>
Антивирус_NAV	<input type="checkbox"/>
Антивирус_NOD	<input type="checkbox"/>
Интернет	<input type="checkbox"/>
Сервер	<input type="checkbox"/>
Vista	<input type="checkbox"/>

The interface also shows a left sidebar with navigation options like "Создать" (Create), "Избранное" (Favorites), and "История" (History). The bottom taskbar shows the system clock at 18:07 and various open applications.

Что используем в

Карта маршрута бизнес-процесса: Поручение 0000000...:00 → X
 Действия ? Файлы
 Бизнес-процесс: Поручение №0000000066 от 18.06.2008 0:00:00

Печать < № 2155 от 18 июня 2008 г.>

Лист требов... Телемаркетинг: Телемаркетинг 00000021 от 02.07.2008 15:59:11

Действия →

Лист требова

Номер: 00000021 от: 02.07.2008 15:59:11 Создать напоминание

Шаблон события: Семинар по CRM - июль 2008 ... X Состояние: В работе ...

Анкета: ... X Важность: Средняя ...

Участники Комментарий

Обработано 36 (59%), не дозвоились 1 (1,6%), всего 61

N	Контрагент	Контактное лицо	Обработан	Событие	Примечание
	Полное наименование ...	Телефон	Не дозвоились...	Опрос	
22	Карат ООО "Карат"	Сильченко Илья Валерьевич, ... +7 (910) 745-74-49	<input checked="" type="checkbox"/>		
23	Лукойл-Гарант Негосударственный пе...	Лев Мария Сергеевна, зам.ди... (4722) 20-09-20	<input checked="" type="checkbox"/>		Будут вдвоем
24	М-Холдинг ООО "М-Холдинг"	Винокур Александр Борисови... (4722) 525275 525604	<input type="checkbox"/>		Он в отпуске, а
25	Мехколонна №77" ОАО "Мехколонна №77"	Ковалев Руслан, системный а... +7 (4722) 21-57-43	<input checked="" type="checkbox"/>		Руслан будет.
26	Мир Белогорья Областное государств...	Пономаренко Виктор Иванови... (4722) 32-46-33, 32-13-90	<input type="checkbox"/>		
27	Неон-Дизайн ООО "Студия"Неон-ди...	Щетинина Оксана Владимиро...	<input type="checkbox"/>		не будет
28	Неон-Сбыт ООО "Неон-Сбыт"	Дрокин Виталий (4722) 52-98-66	<input checked="" type="checkbox"/>		Виталий будет

Контрагент

Тип отношений: Покупатель

Регион:

Телефон: +7 (47242) 2-15-86

Контактное лицо

Должность:

Роль: зам.бухгалтера

Телефон:

Проект: Семинар по CRM 1С-Рарус ... X Автор: Епанчинцев Владислав Викторович

Основание: T X Q Ответственный: Епанчинцев Владислав Викторович ... Q

Телемаркетинг Печать OK Записать Закрыть

Что используем в 1С:CRM мы

The screenshot displays the 1C:CRM interface. The main window shows an invoice titled "Счет на оплату № 355 от 30 сентября 2008 г.". The invoice details include:

- Поставщик: ИНН 312309718589, ИП Епанчинцев Владислав Викторович, 308501, Белгородская обл., Белгородский р-н Лубовое п. Ягодная ул. дом № 17 кв.60
- Покупатель: ИНН 312309718589, ИП Епанчинцев Владислав Викторович, 308501, Белгородская обл., Белгородский р-н Лубовое п. Ягодная ул. дом № 17 кв.60
- Всего наименований 1, Тринадцать тысяч пятьсот рублей 00 копеек

Below the invoice, there are fields for "Руководитель", "Бухгалтер", and "Менеджер", along with a "Комментарий" field. A circular stamp is visible at the bottom left of the invoice area.

An email window is overlaid on the invoice, titled "Рассмотрено. (HTML). koï8-г: Электронное письмо (Новый)". The email content includes:

- От кого: Vlad Epanchintsev <vlad@softunion.ru>
- Тема: № 355 от 30 сентября 2008 г_
- Attachments: № 355 от 30 сентября 2008 г_....

The email window also shows a table of attachments with columns "Имя файла" and "Наименование".

The screenshot displays the 1С:CRM application window titled "1С:Предприятие - Софт-Юнион". The main window shows a call log entry for "Событие: Телефонный звонок (исходящий). Проведен" (Event: Outgoing phone call. Completed) with the number "00000003521" and date "01.10.2008 18:14:56". A dialog box titled "Выберите телефон" (Select phone) is open, showing a list of phone numbers for the contact "Ново-Ездоцкая":

- Телефон юр.лица: (4722) 215749 211585 215416
- Мобильный телефон контактного лица контрагента: +7 (915) 575-80-46
- Доп. рабочий телефон контактного лица контрагента: +7 (4722) 37-63-63** (highlighted)
- Домашний: 29-23-16
- Рабочий: 21-74-11
- Рабочий (доп): 21-14-29

The interface also shows a sidebar with navigation options like "Создать" (Create) and "История" (History), and a bottom status bar indicating the current user is "Сотрудник: Малькова Анна Викторовна" (Employee: Mal'kova Anna Viktorovna).

Какие еще есть потребности?

- ❖ Экономичная и оперативная связь с сотрудниками: **SMS-коммуникатор**
- ❖ Сокращение временных и финансовых затрат на общение с клиентами: **Факс-коммуникатор**
- ❖ Реальная жизнь бизнес-процессов ISO в CRM-системе: **интеграция собственных бизнес-процессов в «1С:CRM»**
- ❖ Сайт как еще один «продавец»:
двухсторонний обмен с нашим сайтом на «1С-Битрикс»



Планы развития направления на ближайшие 6 месяцев



Планы «1С:CRM» на 6 месяцев

- ❖ Формализуем технологию быстрого внедрения CRM-системы и передадим партнерам
- ❖ **Запуск сайта www.1crm.ru**
- ❖ **Выпуск CD-ROM «Методика организации продаж и внедрения «1С:CRM» в компании «1С:Франчайзи» Редакция 1.0 (к зимнему партнерскому семинару «1С» с учетом замечаний партнеров)**
- ❖ **Создание отраслевых решений на базе «1С:CRM»**
- ❖ **Отдельный курс обучения для Партнеров «1С» по «1С-Рарус:СофтФон + SMS и Факс Коммуникатор» и Интернет-курс по «1С:CRM»**
- ❖ **Распространение сертифицированного курса ЦСО «1С:CRM» по всем желающим ЦСО России**
- ❖ **Создание интернет-курса по «1С:CRM»**
- ❖ **Старт программы «Центр Компетенции «1С:CRM»**
- ❖ **Создание демороликов по продуктам «1С:CRM»**

Контакты

«1С-Рарус» WWW.RARUS.RU

Тел.(495) 250-6383, 250-6393

CRM@RARUS.RU

Кудинов Алексей

alku@rarus.ru

Skype: RARUS-ALKU

моб.:+7 (909) 945-85-84

