



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**

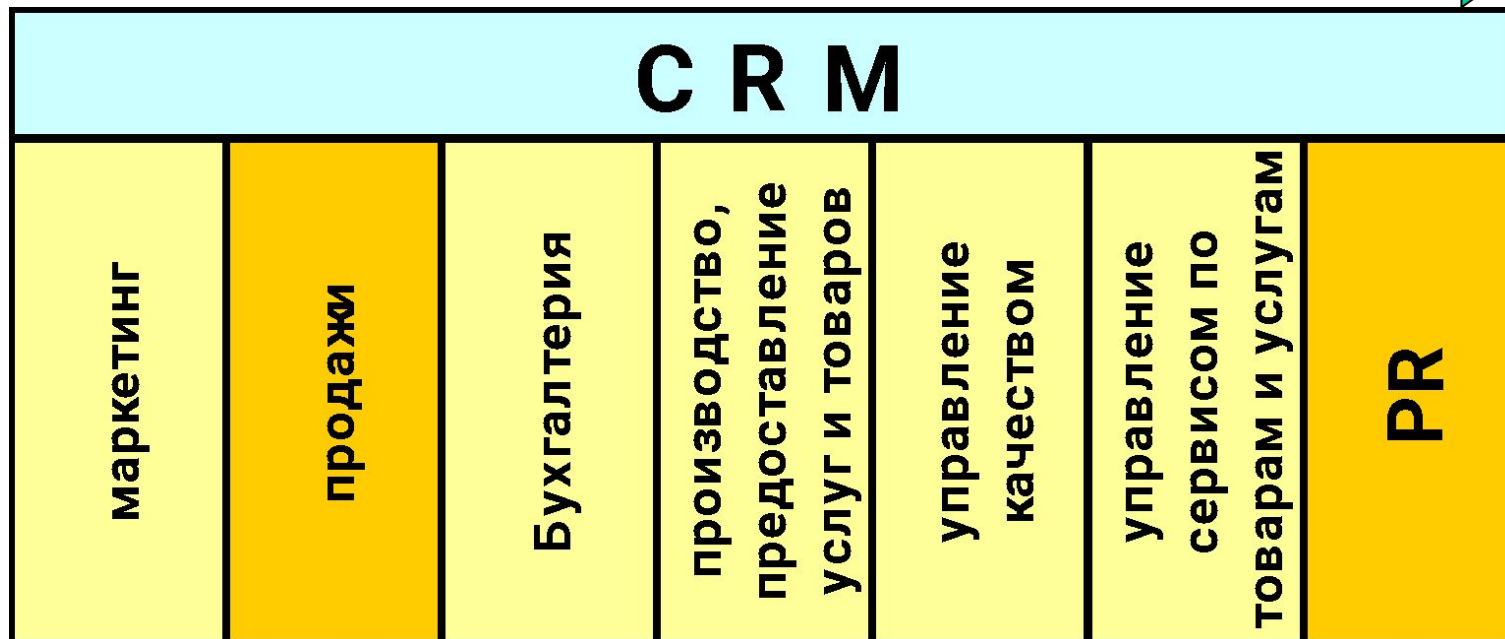
В каких отраслях нужен CRM?

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

Перечень взят из открытых источников в Интернет.

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

Место CRM в жизни предприятия

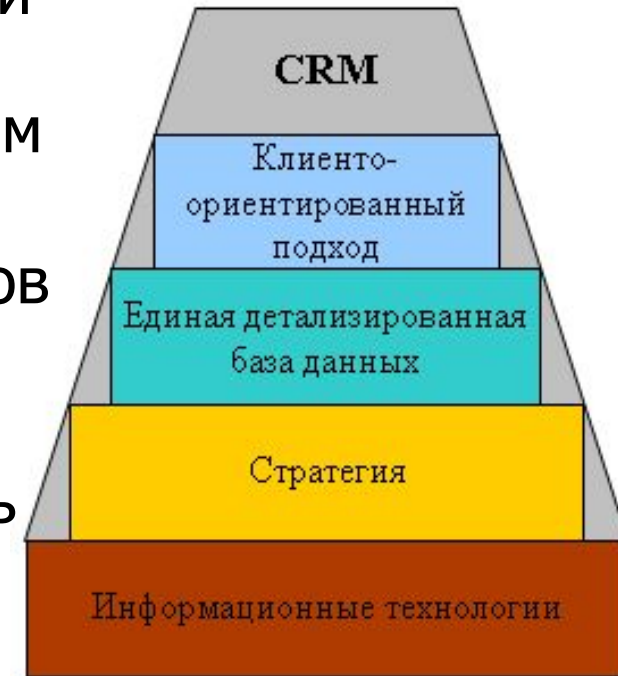


Идеология CRM системы покрывает все участки предприятия, сотрудники которых каким-либо образом контактируют с клиентами.

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 | СИ



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

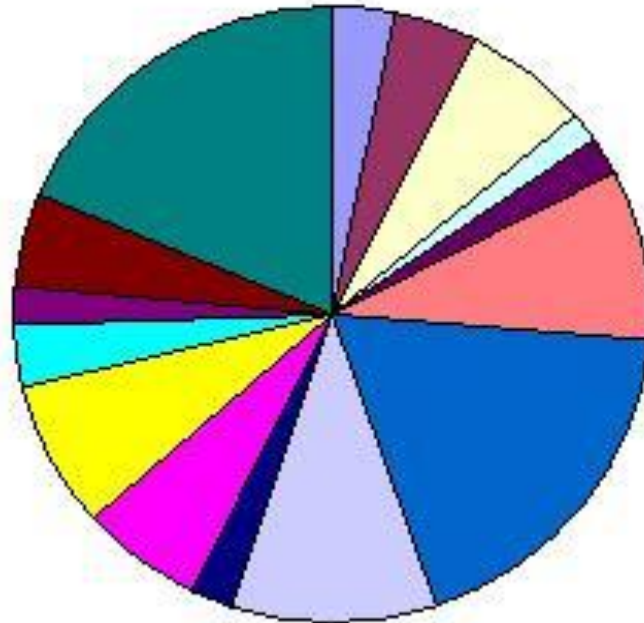
Несколько фактов о «1С:CRM»

- ❖ **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»

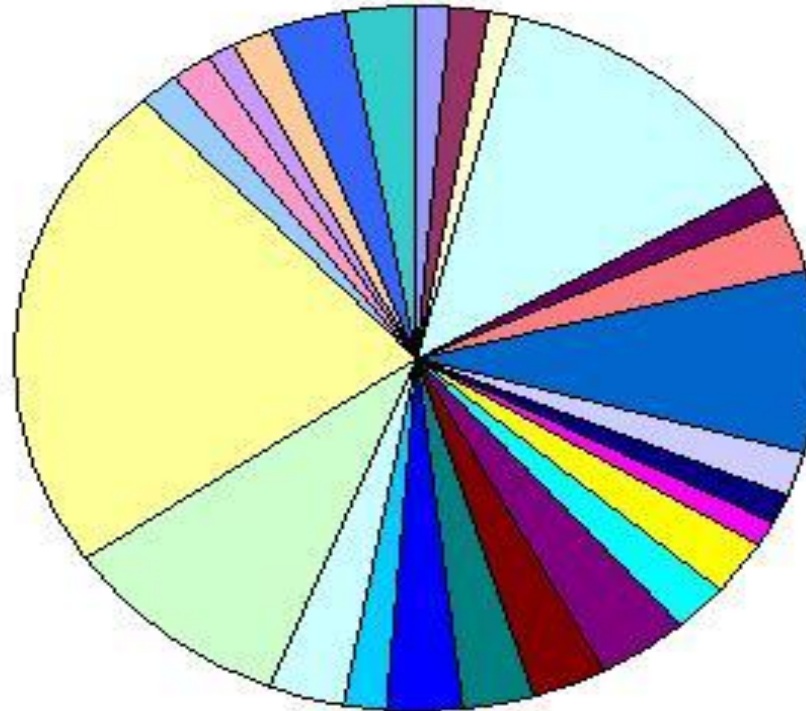
- ❖ **Гибкий настраиваемый продукт.** Только в 8% случаев в ходе внедрения «1С:CRM» требуются существенные доработки программы (более 30% от типового функционала программы). В остальных случаях продукт может быть внедрен консультантом без помощи программистов.
- ❖ **Доступный продукт.** «1С:CRM» имеет 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.**

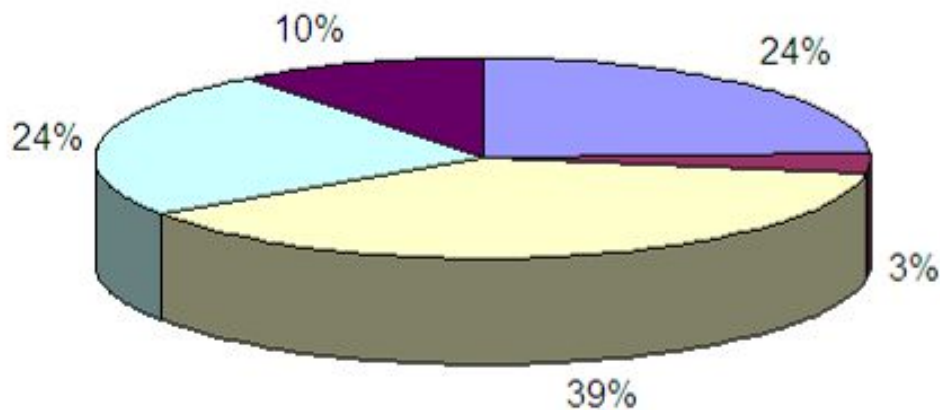
КТО ЯВЛЯЕТСЯ КОНТАКТОМ \ ЛПР В КОМПАНИИ КЛИЕНТА ПРИ ПРОДАЖЕ 1С:CRM?

- ❖ **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»:

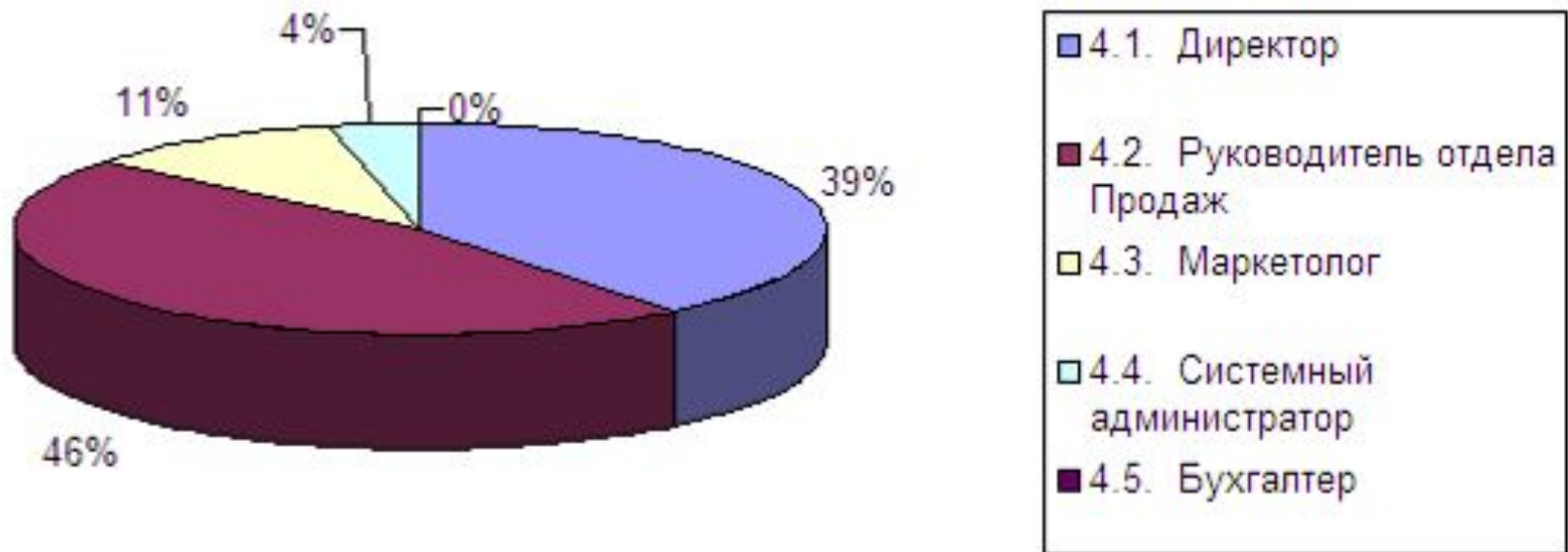


- 5.1. Новым клиентам, с которыми мы раньше не работали
- 5.2. Тем, кто купил у нас 1С:Бухгалтерия предприятия 8
- 5.3. Тем, кто купил у нас 1С:Управление торговлей 8
- 5.4. Тем, кто купил у нас 1С:Управление производственным предприятием 8
- 5.5. Тем, кто купил у нас отраслевое решение (какое?)

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?

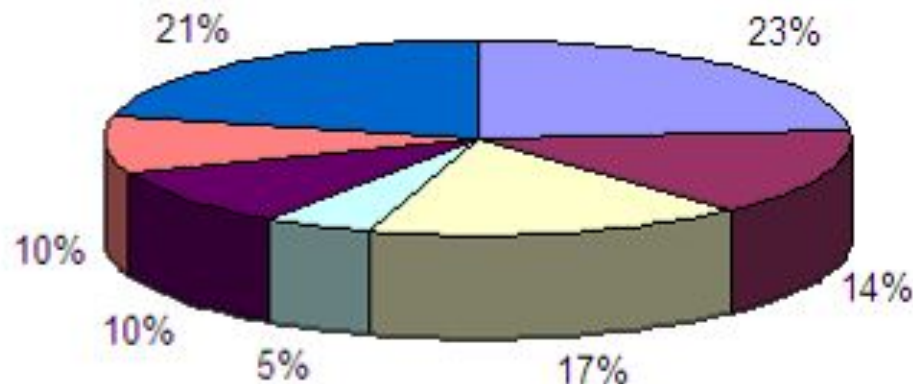
КАКИЕ КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ 1С:CRM НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫ? (ОПЫТ 1С-Рарус):

- ❖ 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)?

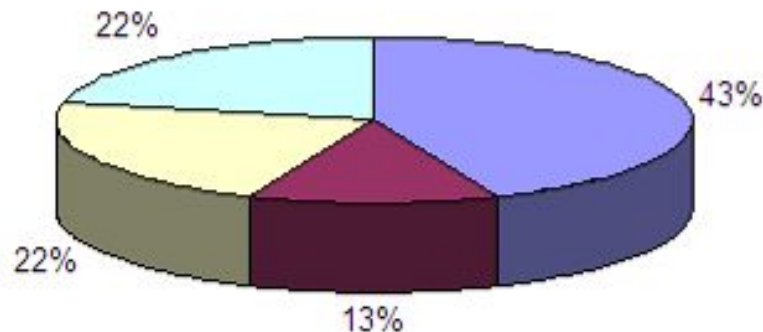


- 2.1. Сайт компании
- 2.2. Интернет реклама
- 2.3. Семинар о «1С:CRM»
- 2.4. Реклама в СМИ
- 2.5. Статьи в СМИ
- 2.6. Рекомендация ваших клиентов
- 2.7. Выставки и конференции

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)

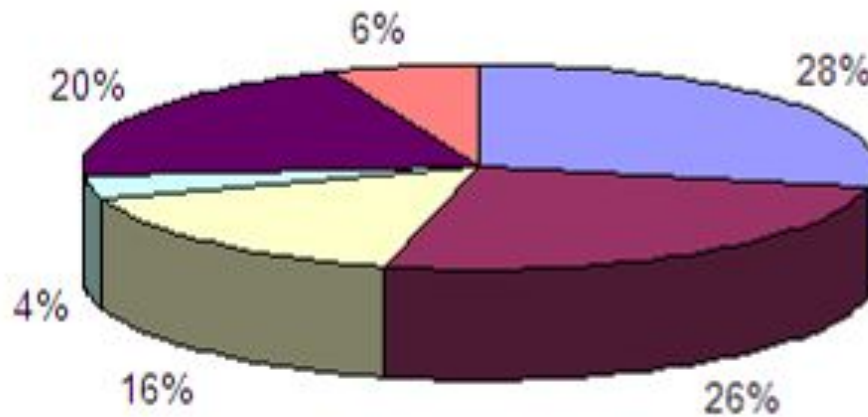


- 8.1. Проводим предварительный сбор данных о клиенте (платежеспособность, отрасль, продукты, размер компании и т.д.)
- 8.2. Готовим под клиента Демо-базу
- 8.3. Готовим список аналогичных проектов и отзывы клиентов
- 8.4. Не проводим подготовки, показываем «с колес»

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, МВО, 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

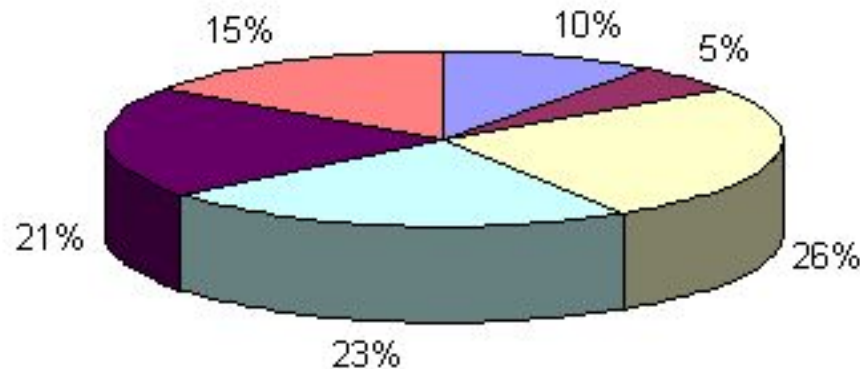
CRM | SRM | HRM | BPM | СТИ



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

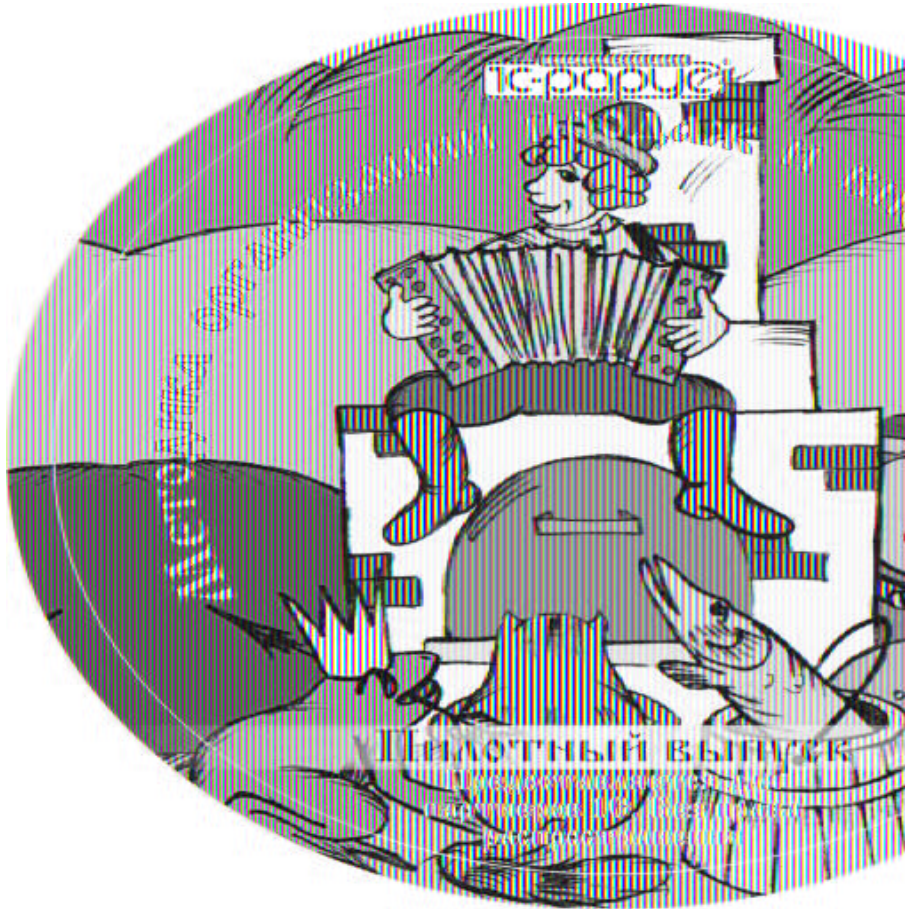
- ❖ Книга адресована широкому кругу читателей:
 - владельцам бизнеса
 - руководителям компаний
 - менеджерам компаний
 - консультантам по внедрению CRM-систем (партнерам 1С)
 - всем, кто задумывается о внедрении CRM-технологий или уже внедряют CRM-систему у себя на предприятии.
- ❖ Книга позволяет за 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, функциональностит 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

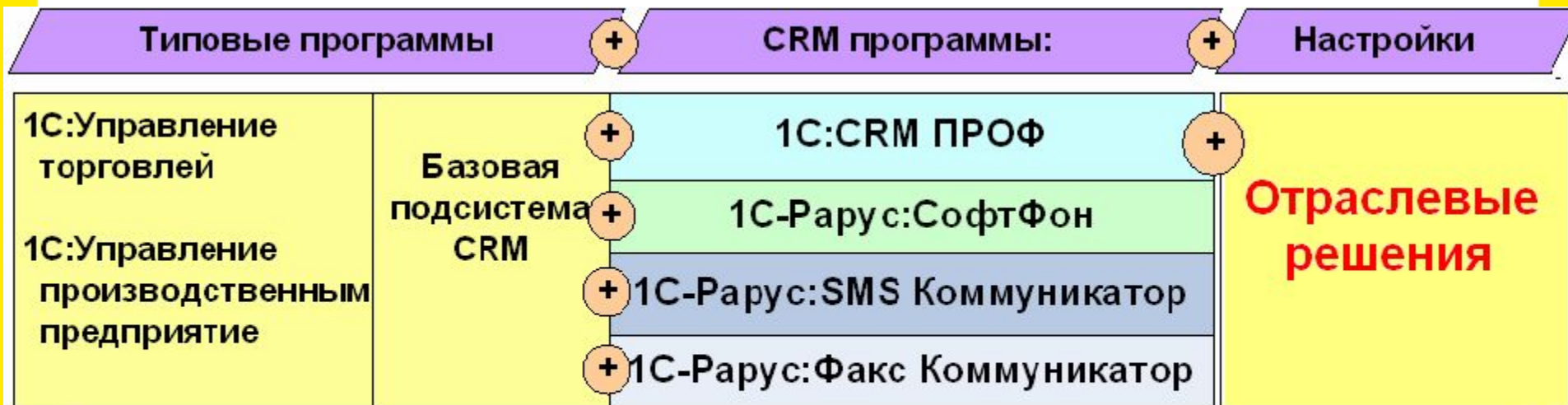
КАК С ПОМОЩЬЮ 1С:CRM МОЖНО ЗАРАБОТАТЬ НА СТАРЫХ КЛИЕНТАХ?

- ❖ 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 shows the 1С:CRM software interface. The main window is titled "Контрагенты: Байт" and displays a list of categories. The categories are as follows:

Категория	Выбор
1С_77	<input 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", "Избранное", and "История". The bottom taskbar displays the system tray with the date and time: 18:07 on 21 мая 2012 г.

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 → Перейти → Файлы ?

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	Мехколonna №77" ОАО "Мехколonna №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 Автор: Епанчинцев Владислав Викторович
 Основание: Ответственный: Епанчинцев Владислав Викторович

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...

Below the invoice, there are fields for "Руководитель", "Бухгалтер", and "Менеджер", along with a circular stamp of the supplier.

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

- От кого: Vlad Epanchintsev <vlad@softunion.ru>
- Кому: [Empty field]
- Копии: [Empty field]
- Тема: № 355 от 30 сентября 2008 г_

The email window also shows a table of attachments:

Имя файла	Наименование
№ 355 от 30 сентября 2008 г_....	№ 355 от 30 сентября 2008 г.

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, listing phone numbers for "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 taskbar at the bottom with various application icons and the system clock showing "16:20".

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

