Что такое CRM...

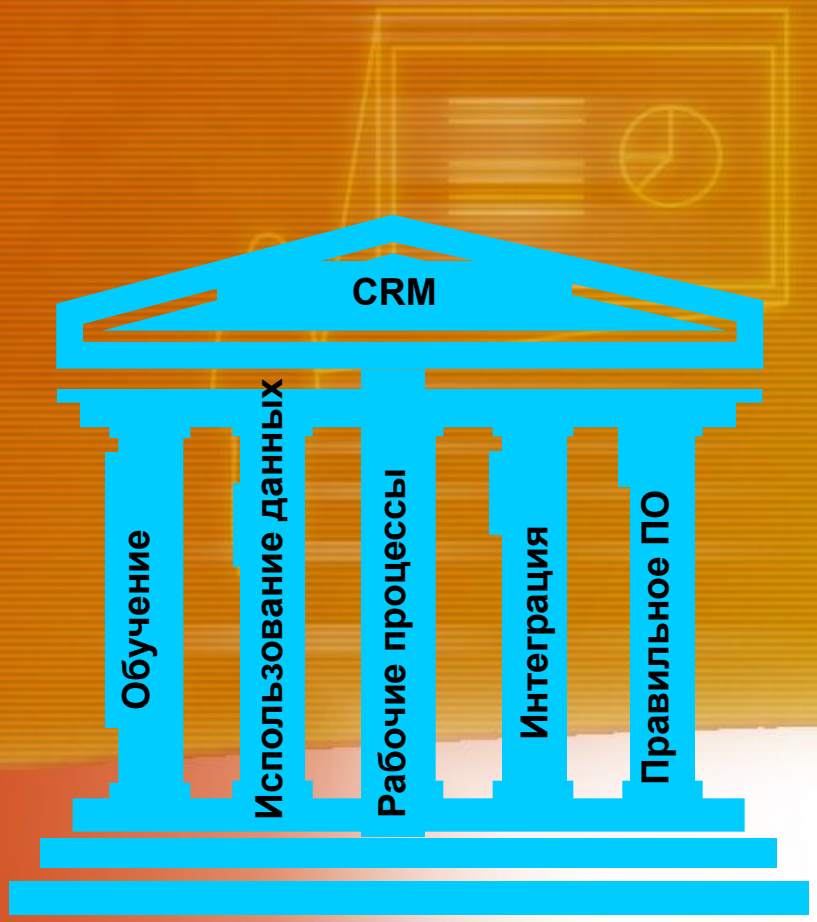
Что такое CRM ?

CRM (Customer Relationship Management) это ...

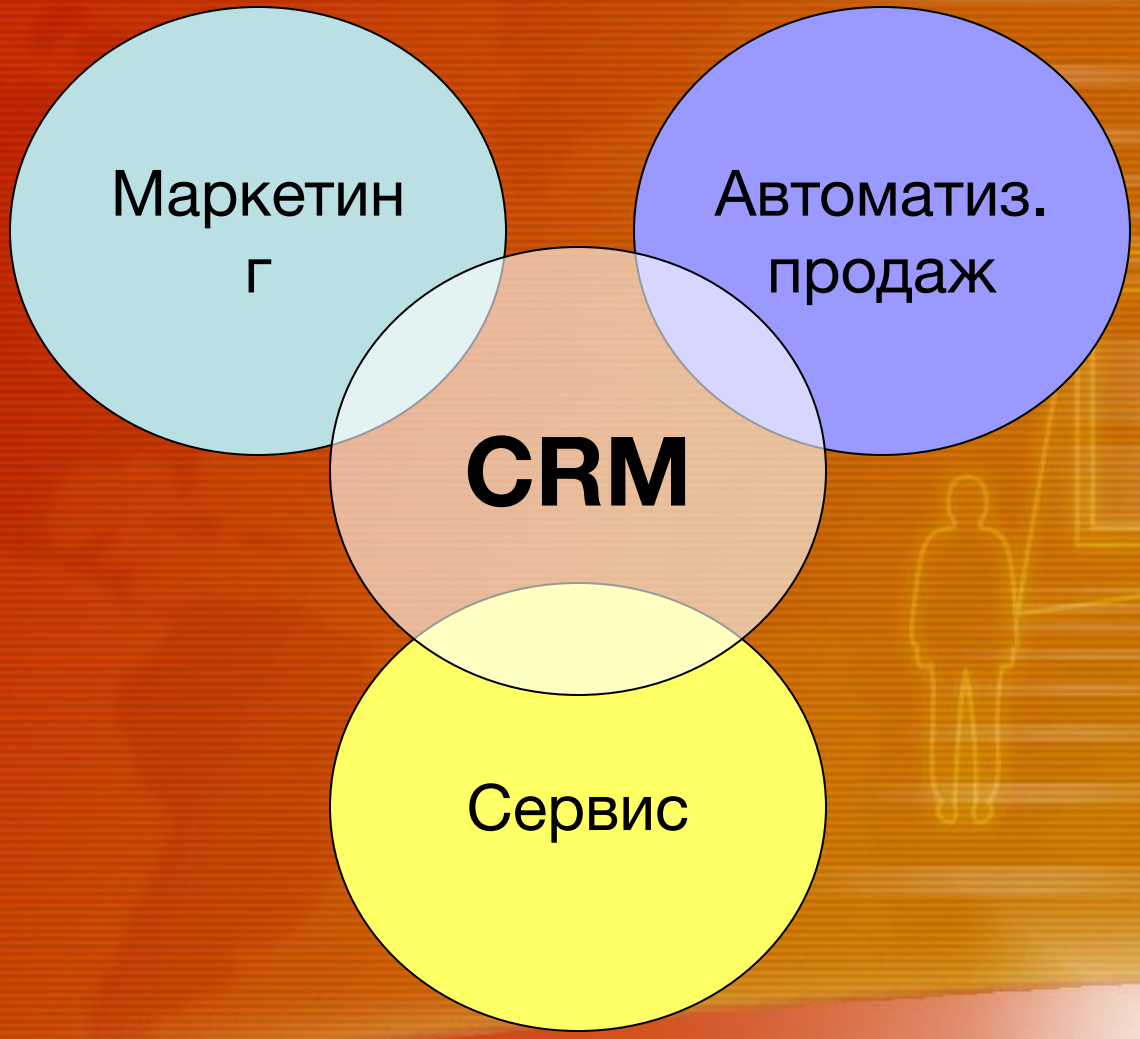
- CRM - это, прежде всего, стратегия привлечения и удержания лучших и прибыльных Клиентов
- CRM - это современная стратегия, в соответствии с которой бизнес основывается на потребностях платежеспособных клиентов
- CRM - это стратегия компании касательно взаимодействия с клиентами во всех организационных аспектах: рекламе, продаже, доставке и ...
- CRM - это стратегия повышения качества обслуживания клиента, благодаря которой удается увеличить долю на рынке
- CRM - это стратегия компании, в основе которой лежит понимание поведения клиентов и использование этого понимания для удержания и привлечения новых клиентов, а также увеличение их прибыльности, лояльности и удовлетворенности ...
- CRM - это не просто программные решения, это изменение мышления и поведения организации с ориентацией на клиента.
- CRM - это независимость вашего бизнеса от отношений с сотрудниками
- CRM - это много приятных мелочей для ваших клиентов

Основа CRM стратегии

- **Правильная стратегия CRM включает 5 вещей:**
  - Правильно обученный персонал фронт-офиса
  - Правильные данные и их хорошее использование
  - Правильно поставленные рабочие процессы
  - Правильная интеграция фронт-офиса и бэк-офиса
  - Правильное программное обеспечение для поддержки стратегии



Управление отношениями с клиентами



Работая с клиентами…

Какая у Вас стратегия?

- Мы отслеживаем работу с клиентами, используем для этого Outlook, электронные таблицы, записные книжки.
- Наши сотрудники отдела продаж и сервиса конечно отслеживают все взаимодействия, но я не в курсе как и где.
- Мы отслеживаем информацию о клиентах, используя нашу бухгалтерскую систему.
- Бизнес-процессы работы с клиентами в отделе продаж и сервиса не взаимосвязаны.
- Отдел продаж, сервиса и маркетинга используют различные приложения и не всегда оптимально обмениваются информацией.

Из опыта …

- **Клиент написал письмо 3 людям в компании с запросом порекомендовать продукцию и изложил свои требования**
  - Клиент получил 3 ответа - все разные :-)
  - Все сотрудник потрали время на поиски нужной информации, чтобы ответить и сам ответ
- **Клиент позвонил, чтобы пожаловаться на качество продукции**
  - **Жалоба была записана на листок (направлена в другой отдел) и забыта…**
  - **Клиент написал письмо директору компании с нареканием или ушел к конкурентам**
- **Клиент проявил интерес к новой продукции**
  - **Сказали, что нет. Предложили регулярно уточнять**
- **Приняли участие в выставке, собрали множество визиток и анкет**
  - **После выставки сложили в мешок и забыли …**

Из опыта …

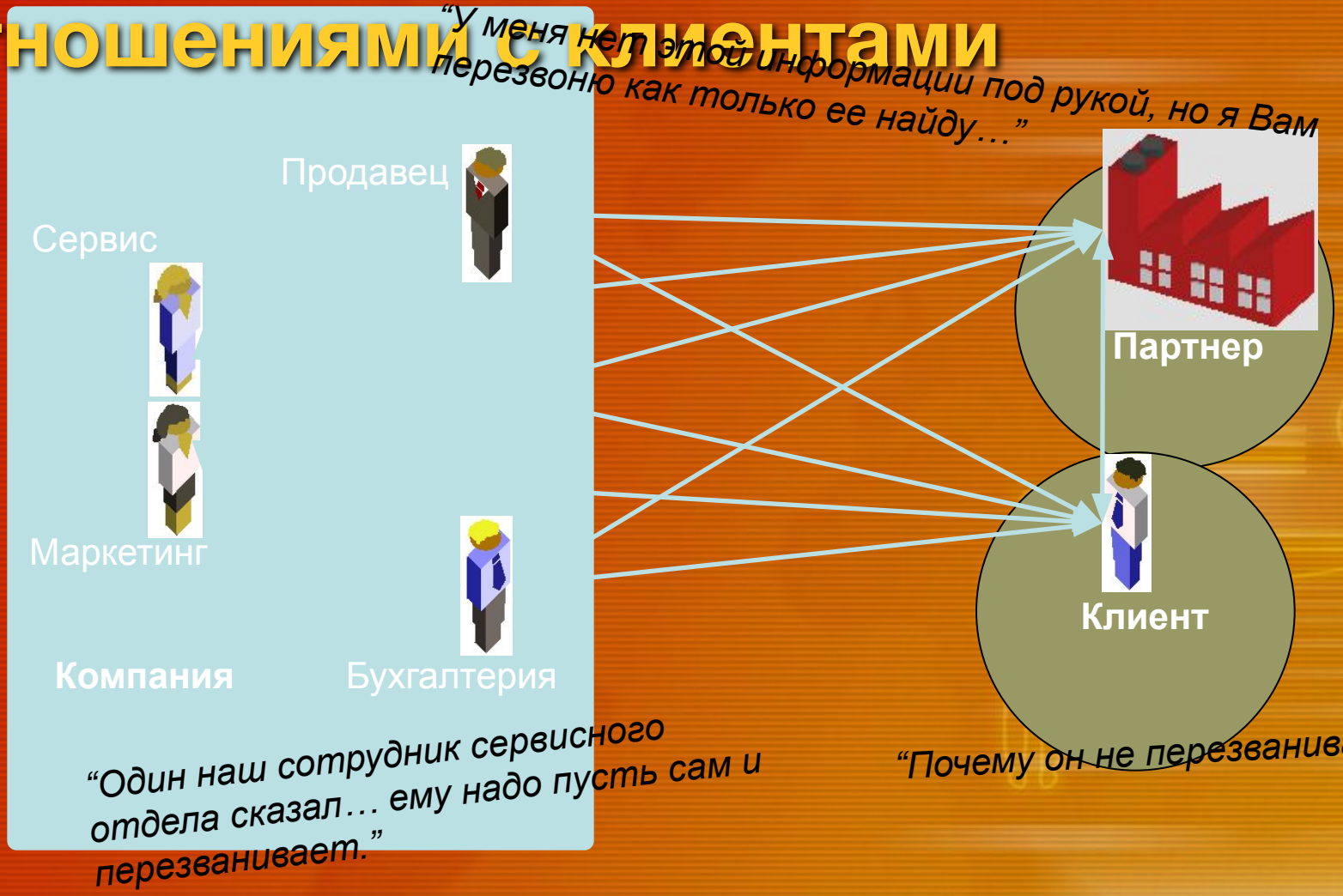
- Срочно вне офиса понадобился телефон\адрес клиента
  - Не у кого спросить
- Ежемесячно даем рекламу в газетах\журналах
  - Никогда не оценивали отдачу от этого
- Часто сталкиваемся с конкурентами по ценам, по продукции
  - Не ведем информацию, как лучше вести продавцу себя в этих случаях
  - Сколько сделок мы проиграли и кому
- Пообщались с клиентом лень занести информацию
  - Надо опять запускать программу, искать нужную форму, …
- Узнали, что клиент купил крупную партию товара у конкурента
  - Забыли назначить встречу после отправки коммерческого предложения…

Почти каждая компания управляет взаимоотношениями с клиентами

- Отношения при продаже
- Отношения при маркетинге
- Отношения при сервисном обслуживании
- Финансовые отношения

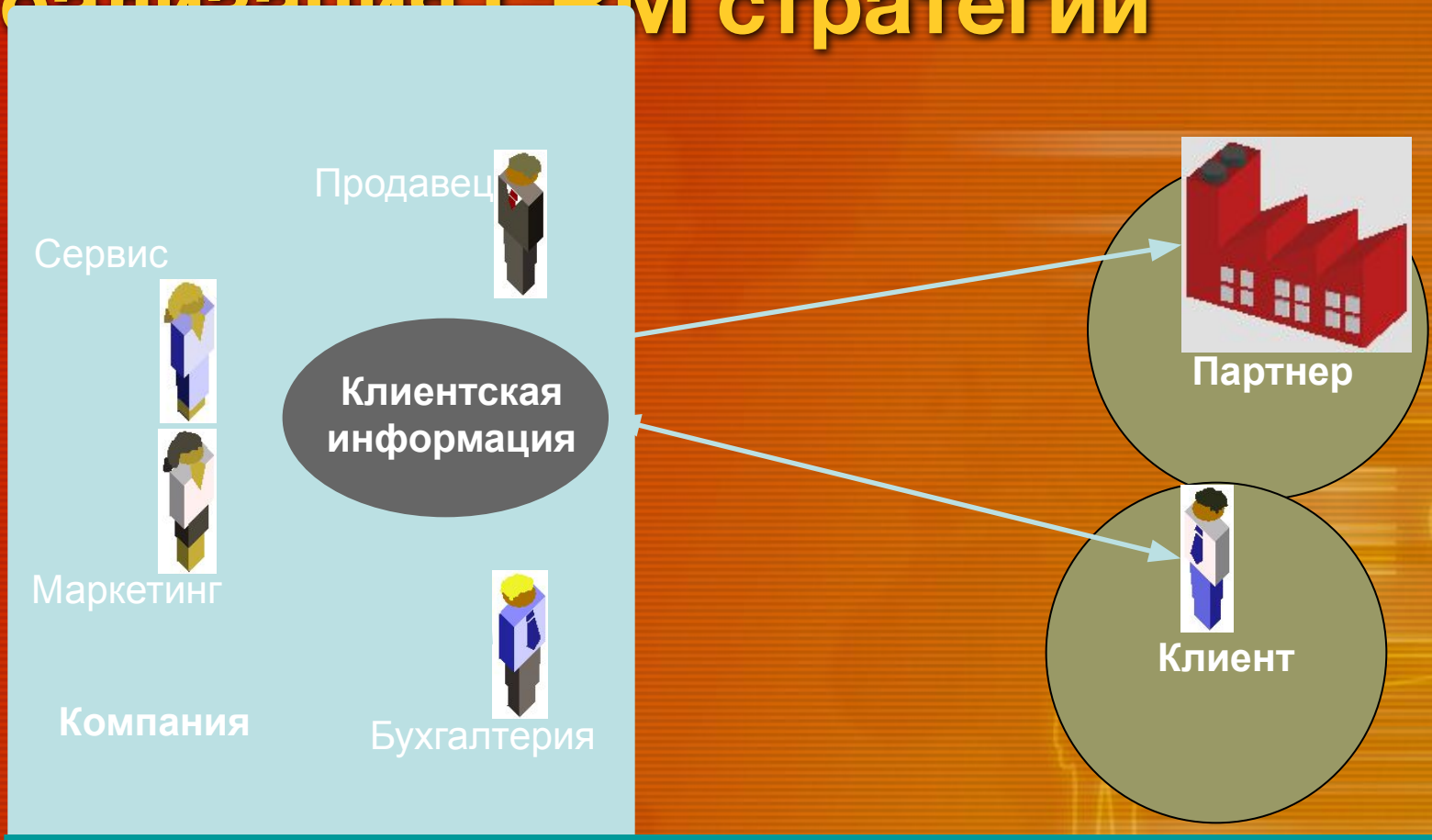
Зачастую эти отношения неструктурированны и нескоординированы между собой

Нецелостное управление отношениями с клиентами



- **Потеря времени и денег**
- **Неудовлетворенные клиенты**
- **Внутренние конфликты**
- **Снижение прибыли**

Реализация CRM стратегии



- **Фокус на клиенте**
- **Согласованные взаимодействия всех подразделений с клиентами**
- **Единая база данных о взаимодействиях с клиентом**
- **Доступ к информации о клиентах на всех уровнях**
  - Руководство
  - Отдел продаж
  - Служба сервиса
  - Маркетинг
- **Сегментирование клиентской базы**

Microsoft CRM

Увеличить эффективность бизнеса

- Принимать решения на базе актуальной информации
- Увеличить эффективность продаж
- Предоставлять клиентам высокий уровень обслуживания
- Совместное использование информации о клиентах

Низкая стоимость владения

- Легко использовать
- Легко поддерживать
- Легко адаптировать CRM
- Возможность использовать в связке с SBS сервером для небольших компаний

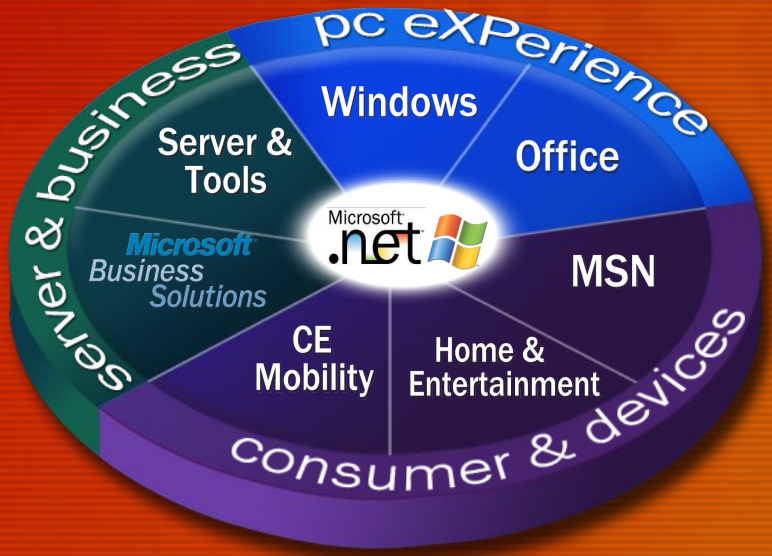
Мощные возможности интеграции

- Microsoft Office (Outlook)
- Текущие системы управления на предприятии
- Web сервисы

Надежность системы

- Сохранность данных
- Современная платформа
- Открытые и безопасные APIs
- Все составляющие от одного поставщика

Microsoft Business Solutions CRM



Microsoft CRM

- 3 года исследований и разработки
- Создан на платформе .Net
- Множество вовлеченных ресурсов
  - CRM эксперты многих поставщиков CRM решений
  - Эксперты MSFT по Office, Windows, Microsoft SQL Server, Exchange, BizTalk Server и другим продуктам
- Глубокая интеграция и использование технологической базы
  - Office,
  - Microsoft SQL Server,
  - Exchange

Январь 2003
– выход Microsoft CRM 1.0 в Северной Америке

Январь 2004
– Выход Microsoft CRM 1.2 и начало продаж в России международной версии

1 Октября 2004
– Выход русской версии Microsoft CRM 1.2

Целевой сегмент

- **Компании, которые активно используют технологии Microsoft**
  - **Microsoft SQL server**
  - **Microsoft Exchange server**
  - **Microsoft Outlook\Office**
  - **Microsoft Windows**
  - **Microsoft Small Business Server**
- **Число пользователей: 20 – 1000**
- **Отрасли**
  - **Профессиональные услуги**
    - Финансы,
    - IT, консалтинг
    - Телеком,
    - Юридические фирмы,
    - Недвижимость,
    - Страхование
  - **Дистрибуция**
  - **Производство**
  - **Розничная торговля эксклюзивными товарами**

Корпоративный
•>500 комп.,
•>1000 сотр.

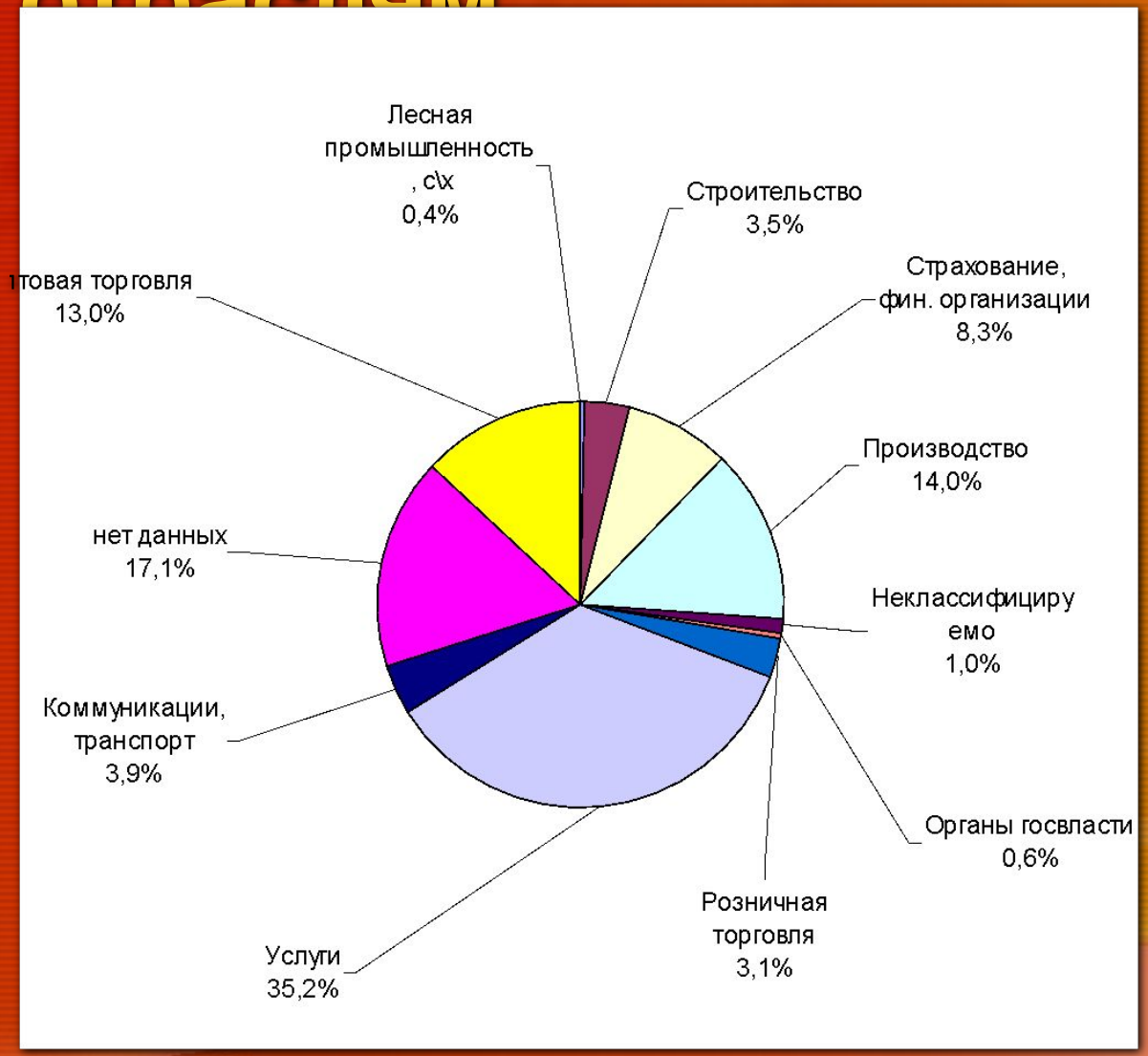
•Средний рынок
•25-500 комп.,
•50-1000 сотр.

Малый бизнес
• 5-24 комп.,
•До 49 сотр.

Некоторые крупные клиенты

- **1500 – HR Block**
- **850 – APL**
- **650 – HomeBanc Mortgage**

Клиенты Microsoft CRM по отраслям



1. Услуги
2. Производство
3. Оптовая торговля
4. Страхование, фин. организации
5. Коммуникации, транспорт
6. Строительство
7. Розничная торговля
8. Другие

Выбор CRM системы

Есть ли в продукте требуемая функциональность?

- Автоматизация продаж, маркетинг и сервис
- Средства анализа и отчетности
- Инструментарий для руководителя

Есть ли в продукте требуемая функциональность?

- Продажи

Потребности Продавцов

Типичные потребности компаний в Продажах:

- Управлять и хранить клиентскую информацию в едином месте
- Вести и управлять ежедневными взаимодействиями с клиентами
- Управлять доступом к информации о клиентах
- Прогнозировать доходы по сделкам
- Точная и удобная отчетность.

Типичные вопросы

1. Как вы обычно управляете продажами и отношениями с клиентами?
2. Как вы ведете и управляете информацией о потенциальных клиентах?
3. Как вы ведете информацию о ваших взаимодействиях с клиентами?

А как у Вас в компании…

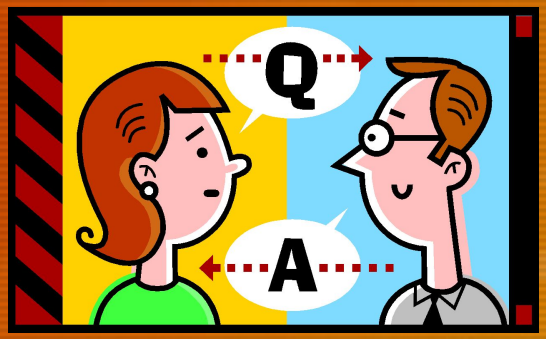
1. Вы удовлетворены как ведется работа с потенциальными клиентами?
2. Какие отчеты вы используете для управления продажами?
3. Легко ли вам собрать всю необходимую информацию по истории отношений с клиентами?

Продажи – вопросы и ответы

ВОПРОСЫ:
В настоящее время я не могу получить актуальную информацию для эффективного управления своими коммерческими действиями.

Нет полной картины о моих клиентах собранной в едином одном месте. История отношений с клиентом разрозненна и находится в разных местах.

Я обеспокоен тем, что многие из моих людей не будут использовать CRM систему.



ОТВЕТ 1:

Microsoft CRM включает набор инструментов для отображения отчетности по различным видам взаимодействий с клиентом и прогнозированию продаж. Все отчеты разработаны для помощи Вам в выявлении возможностей продаж и тенденций развития отношений с клиентами, для решения существующих проблем в по принятию тех или иных решений. Вы можете также легко экспортировать данные сообщения в другие программы, такие как Microsoft Excel или Word.

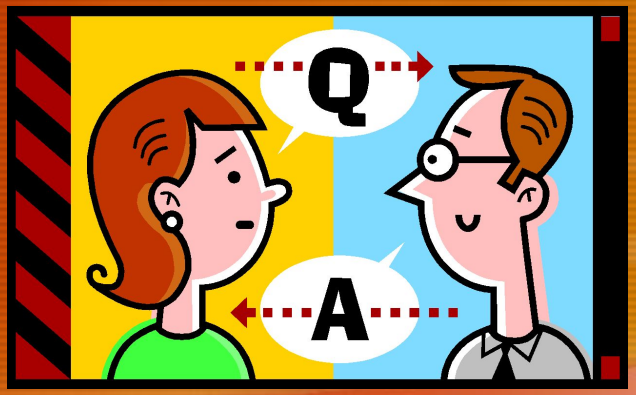
.

Продажи – вопросы и ответы

ВОПРОСЫ:
В настоящее время я не могу получить актуальную информацию для эффективного управления своими коммерческими действиями.

Нет полной картины о моих клиентах, собранной в едином одном месте. История отношений с клиентом разрозненна и находится в разных местах.

Я обеспокоен тем, что многие из моих людей не будут использовать CRM систему.



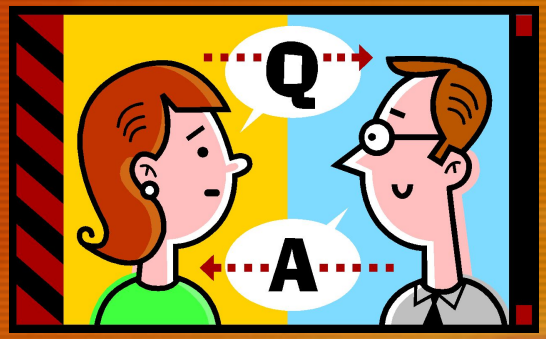
ОТВЕТ 2:
Вы можете просматривать, обновлять и предоставлять доступ к информации, включая продажи и сервисное обслуживание, информацию по заказам, а также всю историю взаимодействия с клиентами с помощью Microsoft CRM. Система объединяет модули Автоматизация Продажи и Обслуживание Клиентов, и поэтому используется единая база ваших клиентов. Система может также интегрироваться с вашими существующими системами бухгалтерского учета, для предоставлении информации для выставления счета.

Продажи – вопросы и ответы

ВОПРОСЫ:
В настоящее время я не могу получить актуальную информацию для эффективного управления своими коммерческими действиями.

Нет полной картины о моих клиентах собранной в едином одном месте. История отношений с клиентом разрозненна и находится в разных местах.

Я обеспокоен тем, что многие из моих людей не будут использовать CRM систему.



ОТВЕТ 3:
Пользовательское принятие системы является критическим к успеху в ее использовании. Microsoft CRM предлагает простой пользовательский интерфейс и интуитивно понятные инструменты для работы, которые будут удобны для ваших сотрудников. Интеграция с Outlook позволит вашим сотрудникам использовать давно знакомую программу для получения доступа к полнофункциональной версии системы и работать совершенно автономно. Кроме того, они могут экспортировать данные в Excel для дальнейшего анализа данных, а так же использовать и другие инструменты Microsoft Office.

Есть ли в продукте требуемая функциональность?

- Маркетинг

Потребности отдела маркетинга

Типичные потребности компаний в Маркетинге:

- Централизация всей клиентской информации
- Актуальная и полная контактная информация
- Ведение информации о потенциальных клиентах и результатах маркетинговых кампаний
- Ведение информации о истории отношений с клиентами.

Типичные вопросы

- Насколько удачны маркетинговые кампании?
- Как ведется информация о маркетинговых активностях?
- Как ведется информация о потенциальных клиентах?

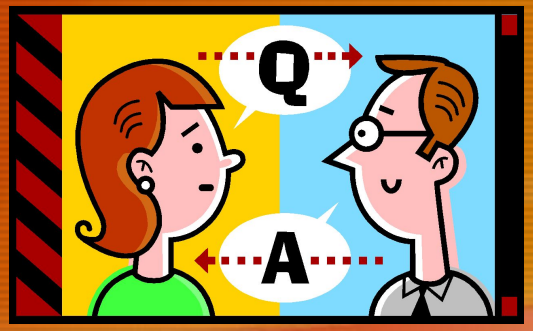
А как у Вас в компании…

1. Где храниться контактная информация ваших клиентов?
2. Как вы осуществляете отчетность и анализ данных?
3. Кому еще нужна используемая вами информация?
4. Где вы храните и как управляете вашей маркетинговой литературой?

Маркетинг – вопросы и ответы

ВОПРОСЫ:

- Это очень трудно для нас - анализировать информацию. Я нуждаюсь в более легком способе анализировать и получать информацию.
- У меня нет простого способа послать персонифицированные электронные сообщения большим группам потенциальных или текущих клиентов.
- Мы не уверены, что все наши сотрудники имеют доступ и могут воспользоваться литературой по продажам и маркетингу.



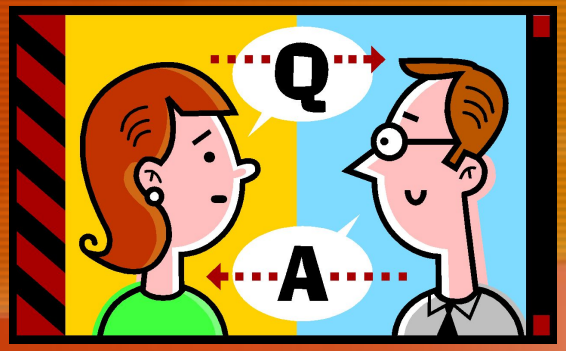
ОТВЕТ 1:

Microsoft CRM обладает возможностью изменения представлений и настройки отчетности для удовлетворения потребностей маркетинга и остальных сотрудников компании.

Маркетинг – вопросы и ответы

ВОПРОСЫ:

- Это очень трудно для нас анализировать информацию. Я нуждаюсь в более легком способе анализировать и получать информацию.
- У меня нет простого способа послать персонифицированные электронные сообщения большим группам потенциальных или текущих клиентов.
- Мы не уверены, что все наши сотрудники имеют доступ и могут воспользоваться литературой по продажам и маркетингу.



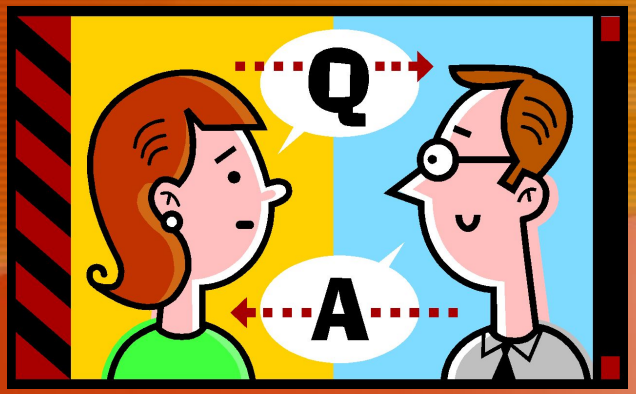
ОТВЕТ 2:

В Microsoft CRM вы можете подготавливать и настраивать шаблоны для создания и отправки персонализированной электронной почты потенциальными текущим клиентам. Также вы можете формировать рассылки используя возможности программы Microsoft Word.

Маркетинг – вопросы и ответы

ВОПРОСЫ:

- Это очень трудно для нас анализировать информацию. Я нуждаюсь в более легком способе анализировать и получать информацию.
- У меня нет простого способа послать персонифицированные электронные сообщения большим группам потенциальных или текущих клиентов.
- Мы не уверены, что все наши сотрудники имеют доступ и могут воспользоваться литературой по продажам и маркетингу.



ОТВЕТ 3:

Microsoft CRM может упростить поиск и распространение маркетинговой литературы среди сотрудников продаж, маркетинга и отдела обслуживания клиентов (сервиса); управлять вашими электронными шаблонами и коммерческой литературой с простым доступом к ней. Литература может располагаться в доступной для поиска базе знаний с возможностью для легкого исправления и распространения

Есть ли в продукте требуемая функциональность?

- Сервисное обслуживание

Потребности Сервиса

Типичные потребности компаний в Маркетинге:

- Возможность просмотра истории продаж и взаимодействий клиента
- Размещение и ведение сервисных запросов, контрактов и базы знаний по различным вопросам
- Возможность более эффективно обрабатывать сервисные обращения

Типичные вопросы

- Какие причины заставляют клиентов разочаровываться в сервисных услугах компании?
- Действительно ли компания в состоянии обслужить клиентов эффективно?
- Действительно ли компания в состоянии обслуживать клиента в установленные сроки?

А как у Вас в компании…

1. Есть ли недостатки в ваших возможностях предоставлять сервис вашим клиентам?
2. Каково среднее время требуется для решения сервисного запроса вашего клиента?
3. Действительно ли Вы в состоянии легко получить из других отделов компании информацию необходимую для обслуживания вашего клиента?
4. Может ли Ваша компания предоставить сервисное обслуживание для клиента в жестких временных рамках?

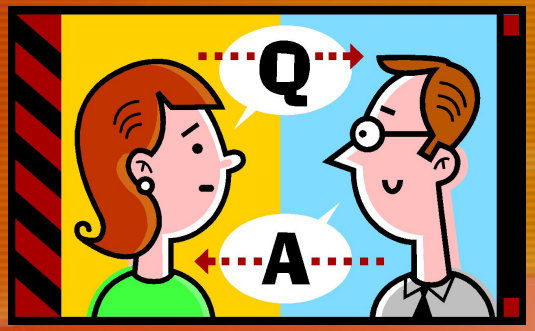
Сервис – вопросы и ответы

ВОПРОСЫ:
Мы неспособны правильно и эффективно маршрутизировать запросы по обслуживанию клиентов в пределах компании.

Моя компания нуждается в возможности размещения и решения обращений клиентов.

Наши отделы продаж и обслуживания клиентов не объединены, и поэтому трудно получить полное представление о наших клиентах.

Нам необходимо решение, которое может обеспечить точную отчетность в наших действиях по обслуживанию клиентов.



ОТВЕТ 1:
Microsoft CRM предоставляет простой в использовании инструмент для ведения и маршрутизации сервисных обращений в вашу компанию от клиентов и поможет найти быстрое решение вашим сотрудникам.

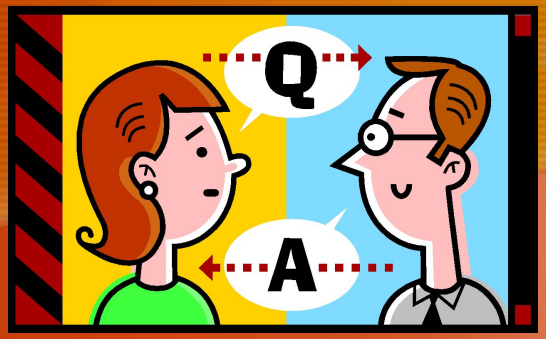
Сервис – вопросы и ответы

ВОПРОСЫ:
Мы неспособны правильно и эффективно маршрутизировать запросы по обслуживанию клиентов в пределах компании.

Моя компания нуждается в возможности размещения и решения обращений клиентов.

Наши отделы продаж и обслуживания клиентов не объединены, и поэтому трудно получить полное представление о наших клиентах.

Нам необходимо решение, которое может обеспечить точную отчетность в наших действиях по обслуживанию клиентов.



ОТВЕТ 2:
С помощью Microsoft CRM вы можете предоставлять доступ к уже решенным Обращениям, а также публиковать решения в Базе Знаний.

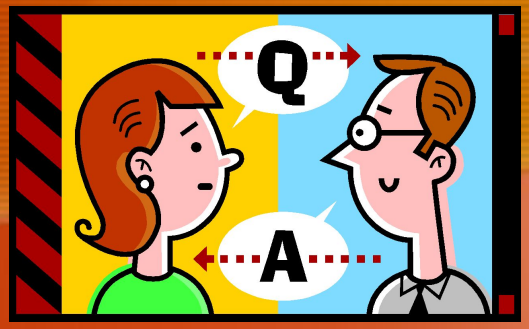
Сервис – вопросы и ответы

ВОПРОСЫ:
Мы неспособны правильно и эффективно маршрутизировать запросы по обслуживанию клиентов в пределах компании.

Моя компания нуждается в возможности размещения и решения обращений клиентов.

Наши отделы продаж и обслуживания клиентов не объединены, и поэтому трудно получить полное представление о наших клиентах.

Нам необходимо решение, которое может обеспечить точную отчетность в наших действиях по обслуживанию клиентов.



ОТВЕТ 3:
В Microsoft CRM вы можете легко предоставлять доступ к любой информации о клиенте (продажи, заказы, предыдущие обращения), тем самым определить наиболее важных клиентов и предоставлять им более высокий уровень обслуживания.

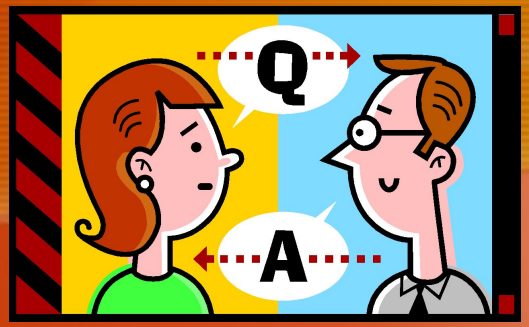
Сервис – вопросы и ответы

ВОПРОСЫ:
Мы неспособны правильно и эффективно маршрутизировать запросы по обслуживанию клиентов в пределах компании.

Моя компания нуждается в возможности размещения и решения обращений клиентов.

Наши отделы продаж и обслуживания клиентов не объединены, и поэтому трудно получить полное представление о наших клиентах.

Нам необходимо решение, которое может обеспечить точную отчетность в наших действиях по обслуживанию клиентов.



ОТВЕТ 4:
Microsoft CRM предоставляет большое количество отчетов, способных помочь определить основные темы обращений клиентов, загруженность сотрудников и повысить эффективность предоставляемого сервиса.

Выбор CRM системы

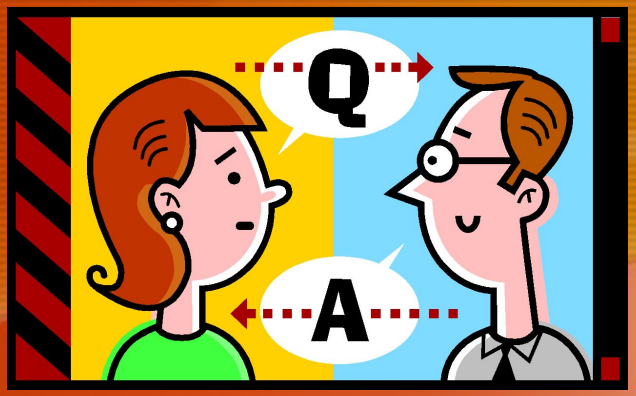
- Будет ли это работать с текущими системами?
  - Интеграция с текущими системами
  - Адаптируемость к текущим бизнес-процессам
  - Поддержка внутренними ресурсами
- Что нужно для системы?
  - ПО и требуемое оборудование
  - Доработка и внедрение
  - Обучение пользователей и администратора
  - Поддержка и обновление

Технологии – вопросы и ответы

ВОПРОСЫ:
У нас нет бюджета для проекта по CRM сейчас.

Мы уже используем продукты Microsoft и дополнительные программы, будет ли работать это все вместе?

Я не имею времени/бюджета, чтобы настраивать и/или поддерживать новую систему, отвечающую нашим потребностям. И я не хочу зависеть от 3-ьих сторон, чтобы поддерживать эту систему.



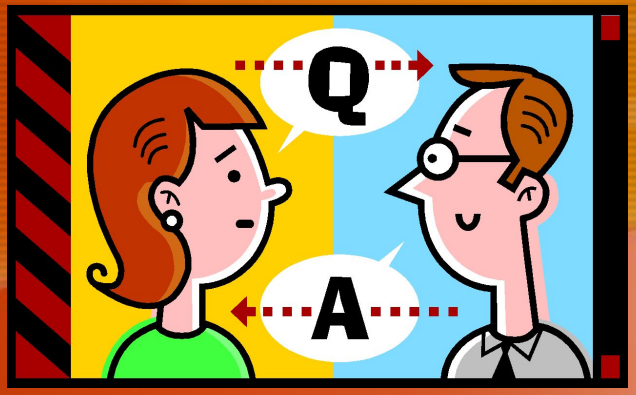
ОТВЕТ 1:
Microsoft CRM разработан для использования в малых и средних компаниях. Работая вместе с Microsoft сертифицированными партнерами вы сможете внедрить решение Microsoft CRM у себя в компании без особых трудностей.

Технологии – вопросы и ответы

ВОПРОСЫ:
У нас нет бюджета для проекта по CRM сейчас.

Мы уже используем продукты Microsoft и дополнительные программы, будет ли работать это все вместе?

Я не имею времени/бюджета, чтобы настраивать и/или поддерживать новую систему, отвечающую нашим потребностям. И я не хочу зависеть от 3-ьих сторон, чтобы поддерживать эту систему.



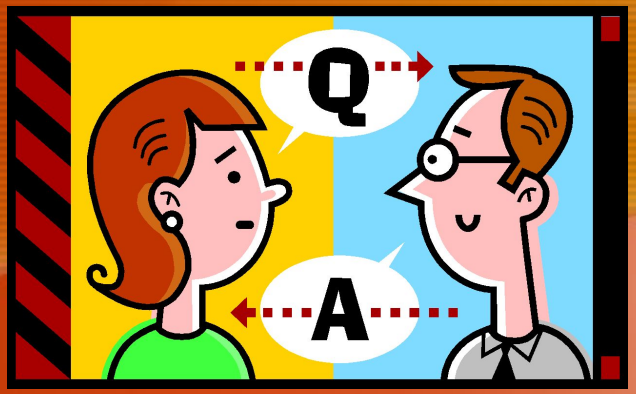
ОТВЕТ 2:
Основные системные требования для Microsoft CRM включают также Windows Small Business Server 2003 Premium Edition или полно лицензионные версии Windows Server, Exchange Server и SQL Server.

Технологии – вопросы и ответы

ВОПРОСЫ:
У нас нет бюджета для проекта по CRM сейчас.

Мы уже используем продукты Microsoft и дополнительные программы, будет ли работать это все вместе?

Я не имею времени/бюджета, чтобы настраивать и/или поддерживать новую систему, отвечающую нашим потребностям. И я не хочу зависеть от 3-ьих сторон, чтобы поддерживать эту систему.



ОТВЕТ 3:
Microsoft CRM это простое в установки и использовании с минимальными техническими требованиями.

Microsoft CRM - Модель лицензирования

- **Простой старт**
  - **Начать с малого и расширять использование**
- **Гибкость**
  - **Приобретается только то, что требуется**

Заключение

- Интегрированное решение, которое позволяет
  - Увеличить эффективность продаж
  - Предоставлять клиентам высокий уровень сервиса
  - Проводить детальный анализ информации
- Доступ через Outlook и Web
- Легко интегрируется с внешними приложениями и Microsoft Office
- Широкие возможности адаптации и настройки