

ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВНЕДРЕНИЮ CRM-СИСТЕМЫ В РАБОТУ КОМПАНИИ

Веренич Александра Дмитриевна

Экономический факультет БГУ

г. Минск, Республика Беларусь

Customer Relationship Management system can be a very effective tool for the clientoriented company. The problems of achievement peak efficiency by operating CRM-system associated with the complexity of its implementation and application. The main idea of the article is to analyze general stages of implementation of CRM-system.

CRM-система является полезным и действенным инструментом, который помогает компании в организации взаимодействия с клиентами и координации работы различных отделов компании. Однако, внедрение и эксплуатация CRM-системы связана с определенными трудностями, которые возникают как на начальной стадии проектирования системы, так и в период ее эксплуатации. Как следствие, внедрение CRM-системы является очень трудоемким и ответственным процессом, который требует серьезного уровня подготовки. Чтобы определиться, как внедрять CRM-систему, необходимо выполнить ряд подготовительных действий.

В первую очередь следует понять, какие конкретные проблемы и задачи в компании должна решить CRM-система:

- сформулировать желаемые цели и результаты внедрения;
- определить желаемый бюджет и сроки проекта;
- ознакомиться с возможностями выбранной программы и сопоставить их с потребностями компании;
- определиться со способом внедрения.

Для успешного внедрения CRM-системы необходимо выявить текущие проблемы компании, четко определить цели и задачи проекта внедрения. В дальнейшем именно на основании этих данных и будут определяться варианты использования CRM-системы. Если у инициатора проекта нет четкого видения, какие задачи могут быть решены в ходе внедрения, проект будет лишен смысла.

Одним из факторов успеха внедрения является формирование команды проекта внедрения, состоящей из сотрудников компании,

обладающих знаниями своего участка бизнеса и организационной структуры компании. Все участники данной команды должны быть заинтересованы в успехе проекта.

Немаловажную роль играет бюджет проекта и сроки внедрения. Необходимо понимать, что нельзя, имея финансовые ограничения, достичь максимального результата за рекордно короткие сроки. Поэтому необходимо найти компромисс между несколькими интересами в проекте и выбрать две приоритетные задачи проекта из трех: функциональность системы, сроки внедрения, бюджет.

Далее рассмотрим основные этапы внедрения CRM-системы.

Первый этап: предпроектное обследование.

Первый этап необходим для оценки потребностей компании и возможностей удовлетворить эти потребности при внедрении CRM-системы.

Цель этапа – детально проанализировать текущее состояние бизнеса в области управления взаимоотношениями с клиентами, выявить проблемные участки и понять желаемое состояние бизнеса.

На этапе предпроектного обследования выясняются следующие вопросы:

- Организационная структура компании. В рамках организационной структуры уточняются основные функции отделов.
- Продукты либо услуги компании.
- Существующие классификации и характеристики клиентов.
- Портреты клиентов. Представляют собой наборы определенных значений характеристик клиентов.
- Каналы сбыта продукции.
- Источники привлечения и стимулирования продаж либо инструменты маркетинга, которые использует компания.
- Основные бизнес-процессы отделов, работающих с клиентами.
- Используемые аналитические инструменты, отчеты. Необходимо выяснить, насколько существующие аналитические инструменты удовлетворяют потребностям компании и какие аналитические срезы необходимы компании дополнительно [1].

После анализа симптомов и причин проблемной ситуации необходимо сделать обобщенный вывод. На основании вывода формируется список целей и задач, описывающих желаемую ситуацию.

Цели внедрения необходимы для оценки результатов проекта внедрения CRM-системы по его завершению и на этапе аудита проекта.

Результатом предпроектного обследования является отчет «Техническое задание», который описывает, что необходимо реализовать в системе. На основании отчета руководство компании принимает взвешенные решения об использовании существующего бюджета на наиболее приоритетные задачи.

Второй этап: проектирование.

В рамках второго этапа проводится проектирование внедряемой CRM-системы. Цель этого этапа – описать способы реализации требований к программе, описанных в «Техническом задании». В результате выполнения этапа подготавливается отчет «Эскизный проект», который содержит способ реализации требований к программе; описание требуемых настроек программы; примеры экранных форм интерфейсов документов и отчетов; печатные формы отчетов или иной материал, который описывает, как будут реализованы требования к программе, описанные в «Техническом задании».

Третий этап: разработка.

Цели данного этапа – разработка, настройка и тестирование программы согласно «Эскизному проекту». Параллельно с настройкой программы готовится документация по эксплуатации системы.

Этап разработки включает в себя следующие подпункты:

1. Настройка.

Цель этапа – подготовить систему для работы пользователей. На данном этапе настраиваются основные параметры учета, заполняются справочники, проводится настройка интерфейсов, определяются роли, назначаются права доступа для пользователей.

2. Разработка эксплуатационной документации.

Цель данного этапа – разработать для всех категорий пользователей понятные инструкции по работе с CRM-системой.

3. Тестирование.

Цель этапа – проверить работоспособность всех реализованных модулей и блоков CRM-системы. В ходе выполнения тестирования выявляется список несоответствий и согласовывается порядок их устранения.

Результатом данного этапа является готовая CRM-система, адаптированная для использования под специфику определенной компании, и подготовленная эксплуатационная документация [2].

Четвертый этап: внедрение.

Цель данного этапа – подготовка системы для передачи в эксплуатацию. После выполнения данного этапа пользователи должны

уметь выполнять свои повседневные функциональные обязанности с помощью CRM-системы.

Еще одна важная задача данного этапа – научить сотрудников компании работать с CRM-системой. Желательно проводить обучение в группах не более 7-10 человек. Если есть такая возможность, обучение лучше проводить отдельно для сотрудников различных отделов, так как перед этими группами сотрудников стоят различные задачи.

Пятый этап: аудит проекта.

Внедрение CRM-системы - это развивающийся процесс. Для успешного достижения поставленных целей необходимо контролировать этот процесс и выполнять корректирующие действия. Для этого необходимо регулярно проводить аудит работы сотрудников с системой.

По результатам аудита формируются рекомендации по корректирующим действиям, необходимым для улучшения работы системы и достижения целей внедрения.

Список использованной литературы.

1. Кудинов, А. CRM: российская практика эффективного бизнеса / А. Кудинов. – Москва : 1С-Паблишинг, 2009. – 251 с.
2. Семь этапов для внедрения клиентоориентированного подхода и CRM // Подбор CRM-систем [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://crm74.ru> – Дата доступа: 29.10.2017.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА ДЕРЕВА РЕШЕНИЙ ПРИ ОПТИМИЗАЦИИ ЦЕПИ ПОСТАВОК

Гедрис Светлана Михайловна

Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ
г. Минск, Республика Беларусь

The possibilities of multi-criteria optimization of risk-based chains using the decision tree method are illustrated.

Для оптимизационных задач в области управления логистическими системами характерна многокритериальность. Так, лицу, принимающему решение при оптимизации запасов, необходимо