

Сравнительный анализ CRM-систем

Е.З. Глазунова^а, В.В. Ковельский^а

^а Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, 443086, Московское шоссе 34, Самара, Россия

Аннотация

В данной работе проводится сравнительный анализ CRM-систем для определения наиболее эффективного программного продукта, который способен решить проблемы, возникающие в компаниях купонаторах.

Ключевые слова: CRM-система; продажи; система управления взаимоотношениями с клиентом

1. Введение

В настоящее время CRM-система является одной из наиболее эффективных концепций развития современного бизнеса. Поэтому каждая компания старается внедрить подобные программные обеспечения, чтобы повысить свою производительность и найти новые подходы к клиентам.

Цель данной работы: подобрать CRM-систему для компаний купонаторов.

Основные задачи:

- 1) определить основные проблемы компаний купонаторов
- 2) провести сравнительный анализ наиболее популярных CRM;
- 3) выбрать оптимальную систему для решения поставленных проблем.

В ходе работы были выявлены основные цели купонаторов:

- 1) поиск потенциальных клиентов;
- 2) мотивация поставщиков услуг к предоставлению большой скидки;
- 3) поиск и обработка аналитической информации компании;
- 4) определение индивидуального подхода к каждому клиенту;
- 5) рост продаж купонов;
- 6) интеграция с социальными сетями и электронной почтой;
- 7) определение реальной ценности их делового предложения;
- 8) определение критериев оценки работы с клиентами по разным отраслям;
- 9) определение четкого порядка оформления заявок клиентов;
- 10) создание гибкой системы отчетности;
- 11) отслеживание любых изменений в базе данных.

2. Анализ CRM-систем

Для достижения выше перечисленных целей купонаторам необходима CRM, которая наиболее эффективно поможет достичь выше представленные цели. Поэтому необходимо в рамках данной работы провести анализ популярных CRM-систем (табл. 1).

Таблица 1. Сравнительная характеристика CRM-систем по пятибалльной шкале

Сравнительные характеристики	InvGate	Bpm' online	Insightly CRM	AmoCRM	Salesforce
Интуитивный интерфейс	1	4	2	3	5
Скорость внедрения	1	4	3	2	5
Ведение проектов	3	1	4	2	5
Настройка ограничений пользователей	4	2	3	1	5
Клиентский модуль	3	4	2	1	5
Ведение сделок	4	2	3	1	5
Выставление счетов	4	1	2	3	5
Сравнительные характеристики	InvGate	Bpm' online	Insightly CRM	AmoCRM	Salesforce
Управленческий учет фин. средств	1	3	2	4	5
Скорость работы	3	4	1	2	5
Стоимость	1	4	5	2	3
Средняя оценка	2,5	2,9	2,7	2,1	4,8

Каждая система анализировалась по 10 параметрам на основе шкалы от 1 до 5 баллов. Далее будут рассмотрены характеристики каждой системы.

3. Характеристика CRM-систем

BPM'online позволяет компаниям управлять полным потребительским жизненным циклом при помощи единой платформы CRM, в которую интегрировали три продукта: маркетинг, продажи, сервис.

Маркетинг Bpm'online – многоканальное маркетинговое программное обеспечение, которое дает возможность специалистам осуществлять продажи с последующим взаимодействием с клиентами.

Продажи Bpm'online – инструмент, автоматизирующий систему продаж. Плюсы данной функции – это возможность объединить в единую систему продажи, финансовые операции, счета, коммуникации и т.п.

Сервис Bpm'online – это инструмент для обслуживания и привлечения клиентов.

Bpm'online может работать как в режиме облачной системы, так и локальной, где данные размещены на серверах компании. В обоих случаях пользователи могут получить доступ к bpm'online как с веб-браузера, так и с мобильного приложения.

Дополнительные возможности системы:

- управление любыми полями в карточке клиента;
- установление режимов доступа позволяет править карты клиентов только тем сотрудникам, которые создали контрагентов, остальные только просматривают;
- хранение документов;
- формирование базы знаний с сохранением всего обучающего или необходимого для работы материала;
- формирование стандартных отчетов с визуализацией.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что CRM-система BPM-online функциональна. Но для того, чтобы комфортно осуществлять работу в ней, необходимо загрузить дополнительные надстройки.

Служба управления сбытом AmoCRM – это веб-платформа, доступная в любом месте, где есть интернет-соединение. Пользователи системы могут управлять продажами, персоналом и получать аналитическую информацию и отчеты.

Функции системы:

- 1) интегрируется с почтой;
- 2) поддерживает поле для создания новых пользователей;
- 3) уникальные теги позволяют пользователям создавать новые соглашения и контакты;
- 4) существующие клиенты могут быть выгружены из баз данных контактов компаний, таких как Outlook и Gmail;
- 5) возможность контролировать актуальные задачи при помощи вызовов и электронных писем.

AmoCRM, обеспечивает полную видимость конвейера продаж: показывает количество продаж, доходы торговых представителей на основе тегов.

Платформы как Facebook, MailChimp, Zendesk, Dropbox и Xero могут интегрировать непосредственно с AmoCRM. Мобильное приложение доступно для скачивания в App Store или Google Play.

Помимо плюсов определены недостатки данной системы. Во-первых, отсутствует возможность разграничение доступа к информации. Во-вторых, недоступны схемы сделок, управленческие и финансовые отчеты.

Insightly CRM позволяет небольшим компаниям управлять проектами, контактами, продажами и документами при помощи единой платформы, которая доступна через сеть интернет и на мобильных устройствах.

Insightly соединяет пользователей с онлайн приложениями, такими как Google Календарь, Gmail, MailChimp, Evernote, Dropbox, QuickBooks, Xero, и др.

Приборная панель Insightly предоставляет информацию в реальном времени по текущим задачам. Продвинутые отчеты Insightly позволяют создать таблицы и графики. Программа сообщает такие детали, как ответственный пользователь, стадия задачи, крайняя дата, вероятность завоевания клиента.

Insightly также предлагает интегрированную функцию управления проектом. Как только сделка заключена, пользователи могут отследить и управлять последующими обязательствами проекта непосредственно из CRM. Боковая панель Insightly также сохраняет электронные письма непосредственно с Gmail, предоставляет пользовательский доступ к истории разговоров, соединяет всю корреспонденцию с проектами и событиями.

InvGate – это платформа управления услугами, которая предлагает помощь регистрации запросов, обслуживание клиентов и техническую поддержку, самостоятельного управления знаниями и многое другое. Система совместима с Mac, Windows и iPad. Предприятия практически любой отрасли и любого размера могут использовать InvGate. Данное ПО масштабируемо и настраивается в зависимости от потребностей компании.

InvGate позволяет пользователям запускать расширенные отчеты и просматривать аналитику, автоматизировать рабочие процессы и многое другое. Детализация позволяет иметь самые последние данные, которые доступны для всех членов команды.

Основным недостатком данной системы является отсутствие интеграции с социальными сетями.

Система Salesforce предлагает широкий набор CRM приложений для всех видов бизнеса, с уклоном на продажи и поддержку.

Система Salesforce предлагает вертикальные решения для управления благосостоянием и сегментами финансовых услуг. Ее партнеры предлагают широкий выбор дополнительных отраслевых решений. Приложения,

построенные на платформе force.com современная архитектура, которой обеспечивает повышенную гибкость и масштабируемость для организаций любого размера.

Приложение Salesforce имеет возможности управление продажами, автоматизации маркетинга, управления отношениями с партнерами и обслуживания клиентов. Они помогают организациям управлять счетами клиентов, отслеживать уровень продаж, проводить и контролировать маркетинговые кампании и обеспечить техническое обслуживание.

Система Salesforce взаимодействует с социальными сетями и осуществляет совместную работу в масштабах организации. Для специализированных организаций платформа force.com предоставляет возможность разрабатывать пользовательских приложений. Разработчики могут получить доступ к среде разработки приложений и доступ к инструментам и ресурсам, необходимым для проектирования, создания и пользовательских приложений для организации.

Система salesforce для Outlook позволяет пользователям синхронизировать контакты, календари, сообщения и задачи для устранения двойной записи благодаря работе через облако.

Salesforce позволяет управлять неограниченным количеством контактов, отслеживать сделки, управлять задачами и событиями, а также отслеживать производительность, сделки и формировать отчетности. Именно данная система позволит достичь цели компаний купонаторов, что подтверждает сравнительный анализ (табл. 1). Следовательно, в рассматриваемой отрасли компаниям предпочтительнее внедрить Salesforce CRM как организационно-управленческую инновацию.

Внедряя именно данную CRM-систему, будет реализована гибкая система отчетности, то есть все сделки можно сортировать по приоритету (автоопределение самых важных сделок), названию, предложению, сумме и клиенту, а также статусу (например, завершённые и незавершённые). В Salesforce есть и удобный аналитический инструмент «воронка продаж», показывающий результативность работы того или иного сотрудника или отдела в целом.

4. Заключение

В работе был проведён количественный и качественный анализ влияния модулей CRM-системы из базового набора на уровни стратегических показателей компании. В результате получены интегральные показатели эффектов и уровней их определенности.

Таким образом, цель настоящего исследования (подбор CRM-системы для компаний купонаторов является достигнутой, а предлагаемый проект внедрения CRM-системы отвечает намеченным целям стратегического развития рассматриваемой отрасли.

Благодарности

Проректор по образовательной и международной деятельности, профессор кафедры экономики, д.э.н. Богатырёв В.Д. Доцент кафедры менеджмента, к.т.н. Кириллов А.В. Профессор кафедры менеджмента, д.э.н. Османкин Н.Н. Ректор Самарского национального исследовательского университета имени академика С. П. Королёва, профессор, член-корреспондент РАН Шахматов Е.В. Президент Самарского национального исследовательского университета имени академика С. П. Королёва, профессор, академик РАН Соيفер В. А.

Литература

- [1] Системы управления ресурсами предприятия / А.Г.Кравец, под ред. А.М. Бершадского // Издательство Волгоградского государственного технического университета, 2013. С. 25-45.
- [2] Снайдер, Майк, Стегер, Джим. Microsoft Dynamics CRM 3.0 – ЭКОМ Паблишерз - Москва, 2014. - 688 с.
- [3] Фридеман, В. Нердингер. Ориентация на клиента. Современная практика работы с клиентами; Гуманитарный центр - Москва, 2014. - 180 с.
- [4] Хойер, Джо. Война за клиента. Лояльность раз и навсегда; Попурри - Москва, 2010. - 112 с.
- [5] Черкашин, П. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM); Бином. Лаборатория знаний, Интернет-университет информационных технологий - Москва, 2007. - 376 с.
- [6] AIN [Электронный ресурс] / Выберите свою CRM-систему: сравнительный обзор SaaS-решений. — Режим доступа: <http://ain.ua/vyberite-svoyu-crm-sistemu-sravnitelnyj-obzor>, свободный, — Загл. с экрана.
- [7] Software Advice [Электронный ресурс] / InvGate Service Desk Software. — Режим доступа: <http://www.softwareadvice.com/crm/invgate-profile>, свободный, — Загл. с экрана.