Процесс выбора сопровождает нас всю жизнь. Мы выбираем продукты в магазине, фильм для просмотра, автомобиль и т. д. Выбор CRM-системы – непростое дело. От правильности этого выбора может зависеть дальнейшая судьба компании – или система будет удобной и поможет развивать ваш бизнес, или, наоборот, будет усложнять работу сотрудников и тормозить бизнес-процессы компании. Давайте подойдем к выбору CRM-системы максимально практично.

При выборе CRM-системы руководители и топ-менеджеры компаний обычно обращают внимание на ряд аспектов.

Тип CRM-системы

Если компании необходимо создать единую клиентскую базу и регистрировать в ней контакты с клиентами, и на текущем этапе нет необходимости автоматизировать бизнес-процессы, анализировать и прогнозировать продажи или управлять маркетинговыми компаниями, то компании можно выбрать «операционный» класс CRM. Данный класс CRM-систем позволит автоматизировать базовые операции компании в области взаимоотношений с клиентами за короткий срок и с минимальным бюджетом.

Если компании необходим расширенный сбор и анализ накопленных данных, автоматизированные бизнес-процессы и управление маркетинговой деятельностью, возможность расширять функционал системы при необходимости, то компании лучше остановить свой выбор на «аналитической» CRM-системе, которая позволяет пользователю:

- получать, сохранять и обрабатывать полную историю взаимодействия с клиентами;
- сегментировать клиентскую базу и работать с сегментами, существенно экономя ресурсы компании;
- автоматизировать основные бизнес-процессы компании, поместив их непосредственно в CRM-систему;
- применять различные методы анализа на основании накопленных данных для получения новых знаний;
- оценивать эффективность маркетинга и конкретных каналов взаимодействия и продаж с клиентами;
- анализировать жизненный цикл клиента и его жизненную ценность (lifetime value) на всех этапах взаимодействия.

Коллаборационные CRM-системы практически не представлены в России. Их отличие от аналитических систем заключается в наличии механизмов участия клиента в производстве продукта компании, обслуживании.

«1С:CRM» является аналитической CRM-системой с возможностью подключения модулей интеграции с веб-приложениями и бизнес-анализа (BI). Это подтверждено независимым исследованием компании DSS Consulting (http://www.dssconsulting.ru) за 2005–2008 гг.

Возможность совместной работы CRM и учетной системы

Современные CRM-системы предоставляют возможность интеграции с большинством унаследованных приложений (например, торговых или производственных систем, отраслевых решений). Обмен данными с бухгалтерской системой позволяет передавать в бухгалтерию информацию о выставленных счетах, а из бухгалтерской программы получать информацию об оплатах и отгрузках.

Наиболее эффективно организовать совместную работу учетной и CRM-системы на единой технологической платформе позволит интеграция CRM-системы в существующую учетную систему компании. Такая «комплексная» система автоматизации позволяет:

- создать единое информационное пространство для работы с клиентами (физически это одна программа) – для CRM и учетной системы используется один справочник клиентов, товаров, общая схема документооборота;
- исключить двойной ввод информации в систему;
- предупредить возможные потери информации при обмене между системами;
- эффективно использовать всю информацию о клиенте (быстрое внесение информации о клиентах и доступ к ней; информация, зарегистрированная в учетной и CRM-системах, доступна для совместного анализа в отчетах).

«1С:CRM» интегрируется в наиболее популярные системы автоматизации торговли и производства, такие как «1С:Управление торговлей», «1С:Комплексная автоматизация» и «1С:Управление производственным предприятием», а также их отраслевые версии. Отдельно стоящий «1С:CRM» имеет модуль двустороннего обмена данными с «1С:Бухгалтерией». При необходимости возможно настроить обмен данными с другими унаследованными системами автоматизации компании.

Соответствие особенностям отечественной практики ведения бизнеса

На российском рынке сложилась своя, «особая» практика ведения бизнеса. Например, данные о сделке или поступивших товарах могут быть внесены в информационную систему «задним числом», не редки исправления себестоимости продуктов и переоценка за прошлые периоды. Существует целый ряд операций, незнакомых западным компаниям, а значит, и не востребованных в западных CRM-продуктах. Это создает трудности в работе российской компании, внедрившей такое «неадаптированное» решение. Российские CRM-системы полностью соответствуют особенностям отечественной практики ведения бизнеса.

Вторым немаловажным аспектом является защита интеллектуальной собственности. На Западе часто возникают судебные процессы по поводу незаконного использования различных компонентов программных продуктов третьих фирм. Российские CRM-системы, как правило, не содержат частей, разработанных сторонними компаниями.

«1С:CRM» является полностью российским продуктом. Система разработана лидером отечественного рынка систем автоматизации – Фирмой «1С» и на 100 % отвечает практике российского бизнеса.

«1С:CRM» не содержит заимствованных частей программного кода сторонних российских или западных разработчиков, что гарантирует лицензионную чистоту программного продукта.

Возможность разработки дополнительных модулей

С ростом компании или при значительном изменении ее внутренних бизнес-процессов возникает необходимость в настройке CRM-системы под текущие потребности компании. Например, может понадобиться добавить новые поля в карточку клиента или товара, написать «калькулятор» для типовых расчетов по сделкам непосредственно в CRM-системе, изменить форму какого-либо отчета, разработать другие дополнительные модули, которые сэкономят компании время и деньги. В связи с этим все большей популярностью пользуются открытые CRM-системы, то есть системы, в которые можно внести требуемые бизнесу изменения. Данные системы имеют встроенный язык для настройки существующих возможностей и создания новых. Специалисты, знающие внутренний язык, в специальном режиме могут настраивать систему необходимым компании образом. Это позволяет «идти в ногу со временем» и оперативно модернизировать систему под изменяющиеся потребности бизнеса.

«1С:CRM» является открытой системой с возможностью легкой доработки или создания нового функционала. «1С:CRM» разработан на платформе нового поколения «1С:Предприятие 8», в которой существует специальный инструмент разработки – режим «Конфигуратор».

Кроме этого большое количество настроек системы может быть произведено непосредственно из пользовательского режима, без программирования.

Доступность услуг по внедрению и сопровождению в вашем регионе

Важно учесть доступность услуг внедрения и сопровождения (консультаций, программирования, технической поддержки и т. д.) при выборе CRM-системы. При ограниченном круге поставщиков CRM-системы и услуг внедрения вы можете оказаться заложником такого положения дел. Наличие сети компаний-внедренцев позволяет выбирать партнера по автоматизации, а также, при необходимости, проводить в сжатые сроки комплексные проекты по автоматизации филиальной сети во всех регионах РФ и странах СНГ.

Необходимым условием успеха CRM-проекта является наличие технологии внедрения продукта. Технология внедрения должна охватывать все этапы проекта – от анализа потребности в CRM-системе до аудита выполненного проекта. Особое место в технологии внедрения должно быть отведено работе с персоналом компании заказчика.

Также одним из показателей доступности услуг внедрения CRM-системы является ее известность и распространенность в вашем регионе. Выбор определенной CRM-системы вашими поставщиками, клиентами, партнерами или конкурентами говорит сам за себя.

«1С:CRM» продают и внедряют более 750 партнеров фирмы «1С» во всех крупных городах России, стран СНГ и ближнего зарубежья.

Более 60 000 специалистов-разработчиков и внедренцев сертифицированы по платформе «1С:Предприятие 8» и могут успешно внедрять «1С:CRM».

Технология внедрения «1С:CRM» опубликована и доступна как заказчику проекта внедрения, так и исполнителю.

Уже более 5000 компаний работают на «1С:CRM»

Совокупная стоимость владения

Например, приобретая новый автомобиль, мы рассчитываем на расходы на страховку, бензин, оплату стоянки и услуг автомойки. Также как при покупке автомобиля, расходы не ограничиваются только его ценой, так и совокупная стоимость владения CRM-системой складывается из нескольких основных составляющих.

Лицензии.Для работы с программой необходимо иметь лицензии на требуемое количество пользователей. Стоимость лицензий CRM-системы обычно зависит от количества автоматизируемых рабочих мест и требуемого функционала (модулей CRM-системы). Обычно чем большее количество лицензий приобретается одновременно, тем больше скидка на стоимость одной лицензии.

Услуги внедрения. Выбор той или иной клиентоориентированной технологии обычно предпочитают доверять опытному консультанту. Практика показывает, что попытки сэкономить на разработке CRM-технологии, стремление просто «сделать как у других» или разработка такой технологии «хозспособом» (т. е. своими силами) часто бывают неудачными. Более рациональным будет поручить разработку клиентоориентированной технологии и подбор CRM-системы для ее автоматизации (т. е. внедрение) специалистам.

Стоимость услуг внедрения разнится, в зависимости от региона РФ и сложности выполняемой задачи. Лучше всего уточнить стоимость услуг у компании-внедренца в вашем регионе.

Распространены два подхода к оплате услуг внедрения:

- Стоимость услуг определяется платой за час работы консультанта или программиста на проекте.

- Внедренец и клиент оговаривают стоимость всего проекта, т. е. «оплату за результат», вне зависимости от того, сколько времени потребуется для решения задачи.

В зависимости от задач проекта, используемого CRM-продукта и требуемого функционала стоимость работ по внедрению может быть равной стоимости лицензий CRM-системы или в несколько раз превышать эту стоимость.

Сопровождение. Возможны разные варианты сопровождения:

- Бесплатное сопровождение без ограничения срока.
- Ежемесячное платное сопровождение (обычно от 1500 рублей в месяц).
- Полугодовой или ежегодный взнос в процентах от стоимости лицензий (обычно около 20 % в год).
- Пакет услуг сопровождения может включать в себя различный набор услуг: поставку обновлений и методических материалов по использованию CRM-системы, консультации по электронной почте или телефону, экстренный выезд специалиста в случае сбоя системы и т. д.

Сложив стоимость всех составляющих, мы получим совокупную стоимость владения CRM-системой. Уточнить стоимость услуг и лицензий можно у поставщика в своем регионе.

«1С:CRM» лицензируется по количеству рабочих мест. В среднем стоимость одного типового рабочего места «1С:CRM» составляет от 5 000 до 10 500 рублей. А при использовании интеграции с офисной телефонией, SMS и факсом стоимость одного рабочего места в среднем составит до 12 500 рублей

Стоимость услуг внедрения «1С:CRM» различна в каждом регионе. Стоимость часа работы специалиста всегда можно узнать у одного из партнеров фирмы «1С» внедряющих «1С:CRM» в вашем регионе.

Все компании-внедренцы предлагают расширенные пакеты сопровождения для «1С:CRM» включающие в себя регулярные обновления программы, решение технических вопросов эксплуатации, развития функционала системы, обучения пользователей и линию консультаций.

Возможности интеграции с телекоммуникациями, веб-приложениями и другими программными продуктами

После того как клиентская база собрана в единой системе и проведен анализ клиентов, у компании часто возникает потребность в коммуникациях с определенным клиентским сегментом (группой схожих между собой клиентов). Интеграция CRM-системы с каналами связи позволяет значительно ускорить работу с клиентами, автоматизировать рутинные операции, снизить среднюю стоимость одного контакта с клиентом. Становится возможным, используя нужную в данный момент выборку, связываться с нужными клиентами удобным для них способом непосредственно из CRM-системы, а также быстро принимать и обрабатывать входящие обращения клиентов, партнеров и поставщиков вне зависимости от канала связи, по которому они поступают.

Персонализированные рассылки по электронной почте и SMS, рассылки факсов и почтовых отправлений позволяют проводить массовые маркетинговые мероприятия с клиентами.

Актуальной задачей использования CRM-системы является автоматическое реагирование системы на определенные события, например, уведомление клиента удобным для него способом (телефон, e-mail, SMS, факс или почта) о статусе его заказа, специальных маркетинговых акциях, о предложении горящих туров или о задержке рейса.

«1С:CRM» имеет возможность интеграции с офисной телефонией (АТС, CallCenteru запись разговоров), SMS-сервисами и факсом.

Экономия времени только при использовании возможностей интеграции «1С:CRM» с офисной телефонией (офисной АТС) составляет в среднем:

- 35 секунд на каждом входящем звонке,
- 15 секунд на каждом исходящем звонке,
- до 2 минут на передаче информации при маршрутизации звонка.

Кроме этого, все сотрудники, работающие в «1С:CRM», могут видеть состояние внутренних абонентов компании – свободен ли у них сейчас телефон, говорят ли они или отсутствуют на рабочем месте.

Интеграция SMS-технологий в «1С:CRM» позволяет проводить массовые персонализированные рассылки для определенных сегментов клиентской базы, в том числе автоматически инициировать такие рассылки при наступлении какого-либо события. С помощью обработки в «1С:CRM» входящих SMS возможно создавать системы SMS-заказа услуг или товаров.

Интеграция факс-технологий делает работу с факсами такой же простой, как работу с электронной почтой.

Встроенный клиент электронной почты позволяет организовать персонализированные рассылки электронной почты для определенных сегментов клиентов.

«1С:CRM» разработан на платформе нового поколения «1С:Предприятие 8», в которой существуют возможности обмена данными с практическими любыми другими системами автоматизации или веб-приложениями.

Возможность организации удаленного рабочего места

Удаленное рабочее место позволяет сотруднику вне офиса работать с единой базой данных клиентов компании в CRM-системе. Информация об обращениях клиентов, приходящих в офис, может быть переадресована такому сотруднику. Удаленным рабочим местом может пользоваться, например, торговый представитель компании, а также руководитель компании, работающий вне офиса.

Для организации автономного рабочего места на ноутбуке или КПК требуется всего несколько часов. Далее сотрудник или руководитель могут работать удаленно, в том числе и при отсутствии постоянных каналов связи с офисом. При первой появившейся возможности подключиться к Интернету или локальной сети компании можно произвести обмен накопленной информацией с центральной (офисной) базой CRM-системы.

«1С:CRM» позволяет автоматизировать работу удаленных подразделений и мобильных сотрудников, в т. ч. руководителей компании.

Для автоматизации удаленных подразделений и офисов компании можно применить как терминальный доступ к центральной базе CRM-системы, так и возможности периодического обмена данными между центральной и удаленными базами «1С:CRM».

Для партнеров компании и удаленных складов возможен доступ к данным «1С:CRM» через специальный раздел веб-сайта компании.

Совместная технология фирмы «1С» и компании Intel – «Автономное рабочее место» – позволяет развернуть на ноутбуке мобильного сотрудника или руководителя компании копию CRM-системы и автоматически обмениваться данными с центральной базой при наличии доступа в Интернет или «домашнюю» сеть офиса.

Специальная версия «1С:CRM» для КПК позволяет мобильному сотруднику работать с данными CRM-системы, непосредственно находясь у клиента, а при необходимости обмениваться информацией с офисом компании.

Подводим итоги

Для осознанного выбора CRM-системы рекомендуется учитывать несколько основных критериев.

Компания должна определить, какой тип CRM-системы необходим ей на данном этапе. Сегодня более 80% компании останавливают свой выбор на аналитической CRM-системе.

Далее необходимо продумать, как будет организованна совместная работа CRM и учетной системы. Максимальный эффект можно получить, встроив CRM-систему в действующую учетную систему компании или реализовав комплексный проект автоматизации с использованием интегрированного решения, уже содержащего модуль CRM.

Необходимо обратить внимание, соответствует ли CRM-система особенностям отечественной практики ведения бизнеса. Российские CRM-системы учитывают реалии ведения дел в РФ. Одним из важных критериев является возможность доработки CRM-системы под потребности компании. Открытая CRM-система позволяет вносить необходимые компании доработки и настраивать функционал в соответствии с бизнес-процессами компании.

Также при выборе CRM-системы необходимо обратить внимание на доступность услуг по внедрению и сопровождению CRM в вашем регионе. Широкая сеть компаний-внедрецев гарантирует доступность услуг по внедрению и сопровождению в любом регионе РФ или за рубежом.

Нужно внимательно подойти к оценке совокупной стоимости владения CRM-системы. Совокупная стоимость включает стоимость лицензий, услуги внедрения и услуги сопровождения системы. Стоимость услуг по внедрению может быть в несколько раз больше стоимости лицензий CRM-системы.

Для развития CRM-системы и удобства работы пользователей необходимо уточнить возможности интеграции CRM-системы с телекоммуникациями, веб-приложениями и возможностью организации удаленного рабочего места. Встроенные возможности работы с другими программами, офисной телефонией, SMS, факс и веб-технологии позволяют создать комплексное автоматизированное решение для всей компании.