

УДК 004

Федотов В. А.

**Студент, 4 курс, факультет «Информационные системы
и технологии»**

**Северный Арктический Федеральный Университет, Высшая школа
информационных технологий и автоматизированных систем**

Россия, г Архангельск

ЧТО ТАКОЕ CRM-СИСТЕМА?

Аннотация: В статье рассказывается о CRM-системе, для чего она используется и в чем ее преимущества.

Ключевые слова: CRM-системы, клиенты, автоматизация, взаимодействие, клиентская база.

Fedotov V. A.

Student, 4 year, faculty "Information Systems and Technology"

*Northern Arctic Federal University, Graduate School of Information
Technology and Automated Systems*

Russia, Arkhangelsk

WHAT IS CRM SYSTEM?

*Annotation: The article tells about the CRM system, what it is used for
and what are its advantages.*

Keywords: CRM systems, clients, automation, interaction, customer base.

ЧТО ТАКОЕ CRM-СИСТЕМЫ?

Что же такое CRM? С английского «Customer Relationship Management» переводится как «Управление взаимоотношениями с клиентами». CRM-система исключает ошибки, связанные с человеческим фактором. Используя технологии автоматизации и мировые практики продаж, CRM-система помогает выстроить лучшие цепочки взаимодействия. В результате кардинально повышается качество работы и объем продаж. На рисунке 1 представлены 4 элемента любой CRM-системы.

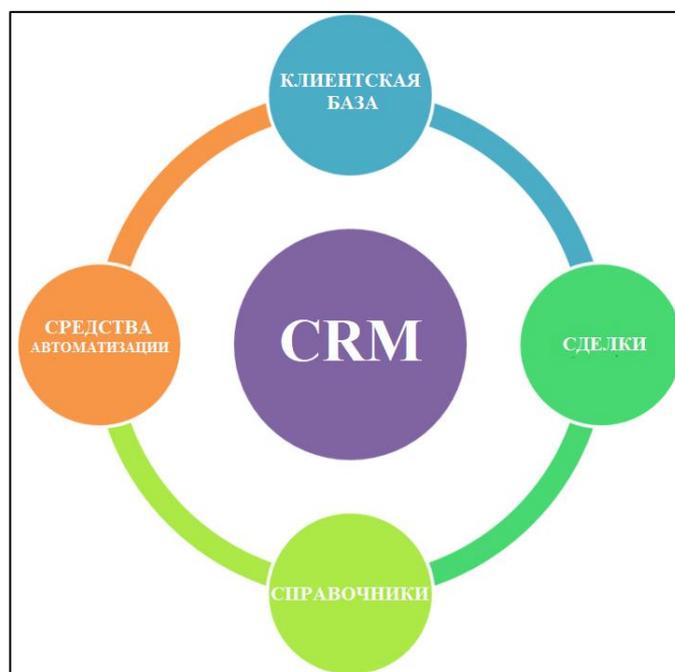


Рисунок 1 – Элементы CRM-систем

CRM-система – это в первую очередь клиентская база. Именно из-за необходимости создания единой клиентской базы руководитель впервые задумывается о внедрении системы CRM. Клиентская база состоит из двух справочников:

- контакты (физические лица, с которыми компания взаимодействует в процессе продаж);
- компании (юридические лица и ИП, на которые оформляются сделки).

В эти два справочника записывается информация, необходимая для дальнейшей работы с клиентами.

Перейдем ко второму элементу системы – управление сделками. Управление сделкой происходит в несколько этапов:

- получение заявки;
- проведение переговоров;
- выставление счета;
- оплата счета;
- отгрузка товара.

То есть в элементе «Сделки» ведется учет по количеству полученных заявок, проведенных переговоров, выставленным счетам, оплаченным счетам и отгруженному товару. Благодаря этому, можно наглядно просматривать на каком этапе находится сколько клиентов.

Следующий элемент, который мы рассмотрим – справочник. Основным справочником являются товары или более широко – номенклатура, которая включает и товары, и услуги. Этот справочник обязательно присутствует в любой CRM-системе.

Последний элемент, который мы рассмотрим – это средства автоматизации. Средств автоматизации в системе CRM может быть огромное количество: шаблоны счетов и писем, шаблоны коммерческих предложений, автоматической отправкой смс заказчику на определенных этапах, напоминания и все, что только можно придумать для ускорения работы с клиентами и повышения ее качества. В том числе и интеграция с другими программами, например, с бухгалтерскими, электронной почтой и другими.

Главная цель внедрения CRM-системы – это рост объемов продаж и создание бесперебойного процесса взаимодействия с клиентами.