



Управление взаимоотношениями с клиентами. CRM-системы.

Сергей Свистунов,

*менеджер по развитию направления интра/экстранет разработки,
и.о. начальника отдела R&D Web.Techart*



Маркетинговый консалтинг и аутсорсинг
www.techart.ru

Research

Advert

Promo

PR

Web

Design

Photo

Branding



Содержание

- I. Что такое CRM
- II. Зачем Вам это нужно
- III. Обзор CRM систем
- IV. Внедрение и выбор CRM системы

A close-up photograph of a hand holding a pen, poised to write on an open book. The book's pages are filled with text, and the lighting is warm and focused on the hand and the writing area.

1. Что такое CRM

2. CRM как идеология

CRM идеология –
клиенториентированный подход
к бизнесу

1. Что такое CRM

3. CRM как стратегия

CRM - это стратегия, нацеленная на создание долговременных и прибыльных взаимоотношений с Заказчиками через понимание их индивидуальных потребностей.

1. Что такое CRM

4. CRM как система

CRM - это технология,
нацеленная на завоевание,
удовлетворение и сохранение
платежеспособных
Заказчиков.

1. Что такое CRM

5. Так что такое CRM?

Всё вместе:

- Идеология ставящая на первое место клиента;
- Стратегия, затрагивающая все аспекты ведения бизнес-процесса;
- Система, автоматизирующая действия, хранящая информации и т.п.

CRM – допинг для вашей компании.



II. Зачем Вам это нужно

1. Основные функции CRM системы

- Клиенты
- Сотрудники
- Задачи
- Сделки
- Отчеты
- Рассылки, оповещения, ...
- ... (в зависимости от потребностей)



II. Зачем Вам это нужно

2. Польза от CRM системы

- Формализация процессов
- Автоматизация
- Хранение данных
- Анализ данных

II. Зачем Вам это нужно

3. База клиентов

- Реклама
- Оперативность
- Развитие новых направлений
- Выделение ключевых клиентов

II. Зачем Вам это нужно

4. Независимость

- Смена сотрудников
- Уход ключевого сотрудника
- Упущение желаний клиентов

II. Зачем Вам это нужно

5. Общий результат

- Повышение производительности
- Рост прибыли
- Рост продаж
- Повышение качества обслуживания клиентов
- Повышение прозрачности работы сотрудников

III. Обзор существующих CRM систем

1. CRM системы

- Мегаклан
- AmoCRM
- Asoft CRM
- Битрикс 24
- SugerCRM
- SalesLogix
- Zoho CRM



III. Обзор существующих CRM систем

2. Общие рекомендации

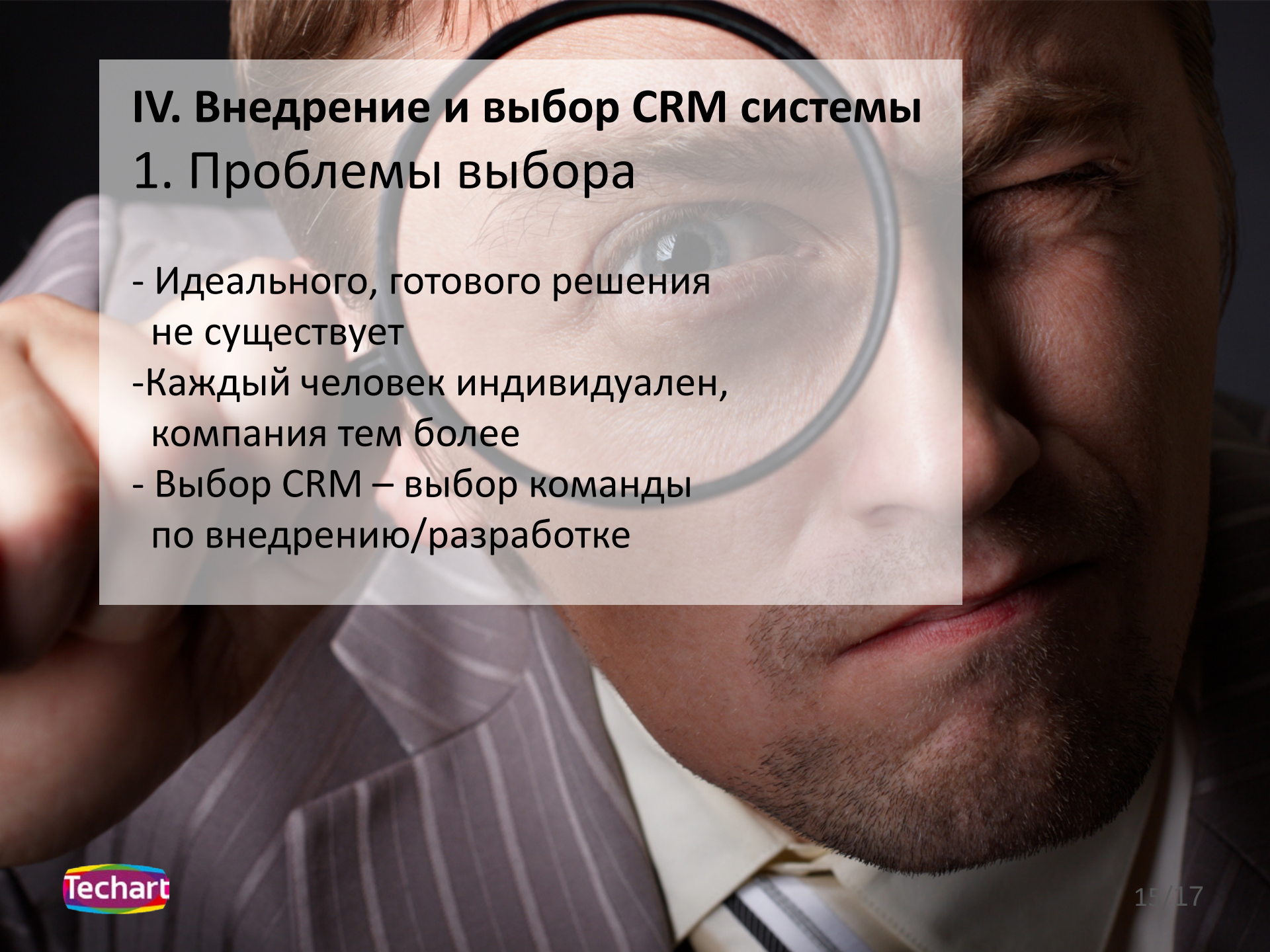
- **Для быстрого старта –**
CRM как облачный сервис (Мегаплан, АмоCRM)
- **Для малого и среднего бизнеса –**
Мегаплан, АмоCRM, Битрикс 24
- **Для крупного бизнеса –**
SugarCRM, Zoho CRM, SalesLogix



III. Обзор существующих CRM систем

3. На что стоит обратить внимание

- Функционал
- Интерфейс
- Простота использования, юзабилити
- Аналитика
- Кастомизация
- Решает ли система ваши задачи?



IV. Внедрение и выбор CRM системы

1. Проблемы выбора

- Идеального, готового решения не существует
- Каждый человек индивидуален, компания тем более
- Выбор CRM – выбор команды по внедрению/разработке

IV. Внедрение и выбор CRM системы

2. Проблемы внедрения

- Изменение в сложившихся бизнес процессах
- Саботаж сотрудников
- Вложение/окупаемость



IV. Внедрение готовых CRM систем

3. Если вы выбрали команду Techart

- Формализация процессов
- Внедрения готовых CRM систем
- Разработка индивидуальных решений
(Techart CMS, Drupal, Битрикс)



Спасибо за внимание!
Пожалуйста, задавайте вопросы.

Сергей Свистунов, менеджер по развитию
направления интра/экстранет разработки,
и.о. начальника отдела R&D Web.Techart
(495) 790-7591

www.web-techart.ru

<http://twitter.com/techart/>

<http://www.facebook.com/techartgroup>



Маркетинговый консалтинг и аутсорсинг
www.techart.ru

Research

Advert

Promo

PR

Web

Design

Photo

Branding