

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ И УПРАВЛЕНИЕ

ВНЕДРЕНИЕ CRM-СИСТЕМЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Барташевская Юлия Николаевна,
канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики и моделирования бизнес-процессов
Университета имени Альфреда Нобеля,
49000, Украина, Днепропетровская область, г. Днепр,
улица Сичеславская Набережная, 18
Котович Алексей Романович
магистр кафедры экономики и моделирования бизнес-процессов
Университета имени Альфреда Нобеля,
49000, Украина, Днепропетровская область, г. Днепр,
улица Сичеславская Набережная, 18

IMPLEMENTATION OF CRM SYSTEM IN ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE: PRACTICAL ASPECT

Bartashevskaya Yuliia N.
PHD in Economics, Associate professor of the
Department of Economy and Business-Process Modelling, Alfred Nobel University,
49000, Ukraine, Dnepr, Naberezhnaya Sichoslavskaya str., 18
Kotovich Aleksey R.
Master of the Department of Economy and Business-Process Modelling,
Alfred Nobel University,
49000, Ukraine, Dnepr, Naberezhnaya Sichoslavskaya str., 18

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрена необходимость использования CRM-системы в деятельности современного предприятия. Представлен опыт внедрения CRM-системы в деятельность предприятия. Рассмотрены положительные аспекты влияния внедренной системы на прибыль, эффективность работы сотрудников и всей организации в целом.

ABSTRACT

In the article the necessity of using CRM-system in the activity of modern enterprise is considered. The experience of introducing a CRM-system into the enterprise activity is presented. Positive aspects of the impact of the implemented system on profit, efficiency of work of employees and the entire organization as a whole are considered.

Ключевые слова: конкурентоспособность, прибыль, CRM-система, эффективность.

Keywords: competitiveness, profit, CRM-system, efficiency.

В современных условиях глобализации экономики, индивидуализации потребительских запросов, повышении требований к качеству товаров и услуг многие традиционные средства повышения конкурентоспособности оказываются неэффективными. Снижение конкурентоспособности предприятия приводит к снижению прибыли, которая является одной из основных его задач. Одним из современных средств повышения конкурентоспособности предприятия и, как следствие, повышение прибыли является автоматизация его бизнес-процессов. Это выводит бизнес-проекты на новый уровень, обеспечивает стабилизацию притока клиентов и их удержание, дает перспективы для будущего развития [1].

CRM-системы (Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с клиентами) сейчас набирают все большую популярность. Концепция основывается на использовании CRM-систем для сбора, анализа и хранения ин-

формации по клиентам, для последующего использования в целях оптимизации бизнес-процессов организации, процессов взаимодействия с клиентами и повышения их лояльности [2]. Данные системы дают возможность предприятию построить долгосрочные отношения с клиентами с учетом их потребностей и необходимым уровнем сервиса [3].

Однако каждое предприятие, каждый бизнес обладает своими индивидуальными особенностями и преимуществами и задачей автоматизированной системы (CRM) является поддержка этих преимуществ. В этом случае внедрение системы в деятельность предприятия будет успешным.

Предприятие ООО «Мастерская сладких подарков» была основана в 2002 году и осуществляет следующие виды деятельности:

- расфасовка подарков различных ценовых категорий и веса;
- предоставление услуг по перевозке грузов автомобильным транспортом согласно видам работ,

определенных Законом Украины «Об автомобильном транспорте»;

- разработка индивидуальных заказов (по желанию клиента создается техническое задание и реализуется при участии отделов снабжения и производства);

- изготовление собственных упаковок для подарков, разработка собственного дизайна и калькуляция по наполнению.

Целью деятельности предприятия является осуществление предпринимательской деятельности, развитие современной высокоэффективной системы обслуживания клиентов и субъектов предпринимательской деятельности, выпуск продукции

и услуг соответствующих мировому уровню, получение доходов для реализации интересов участников общества.

В начале 2016 г. компанией ООО «Мастерская сладких подарков» было принято решение по внедрению в его деятельность CRM-системы. Проанализировав результаты которые достигла компания с учетом потраченных средств и времени на установку CRM-системы с уверенностью можно сказать, что система увеличила процент прибыли предприятия (рис. 1) и привела к уменьшению процента брака продукции (рис. 2).

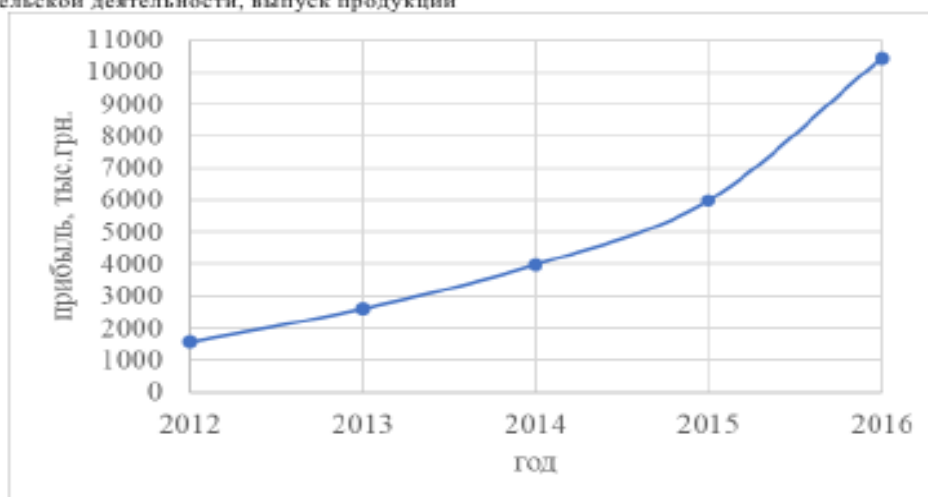


Рис. 1. Изменение прибыли предприятия до и после внедрения системы

На рис. 1 можно заметить, что прибыль предприятия в 2016 г. выросла на 74,9% по сравнению с

2015 годом. Такой рост связан в том числе и с внедрением CRM-системы.



Рис. 2. Изменение процента брака продукции ООО «Мастерская сладких подарков»

Рис. 2 показывает, что благодаря использованию CRM-системы количество брака снизилось на 3,2% по сравнению с 2015 годом. В 2015 году количество брака больше, чем в предыдущие годы, что связано с большим количеством реализованного

товара. Таким образом можно заметить, что с ростом объема продаж растет и процент брака, однако CRM-система помогает его уменьшить благодаря контролю выполнения заказа каждым отделом.

Высокий процент бракованной продукции возникал из-за не урегулированности и не оптимизированности работы отделов как внутри, так и между собой: все отделы контактировали между собой по системе «Кому как удобно»; все заказы были записаны менеджерами сервисного отдела в произвольном порядке; учет запасов велся самостоятельно и имел ряд недостатков; обработка заказов клиентов проводилась не системно. Благодаря внедрению CRM-системы эти процессы были оптимизированы.

Кроме всего прочего CRM-система позволяет:

- выстроить более тесные взаимоотношения с клиентом;
- структуризировать поток документов и информации (рис. 3);
- снизить риск потери информации при передаче;
- осуществлять контроль работы сотрудников всех отделов;
- улучшить автоматизацию работы каждого отдела;
- уменьшить затраты времени сотрудника на выполнение текущих и ненужных задач.

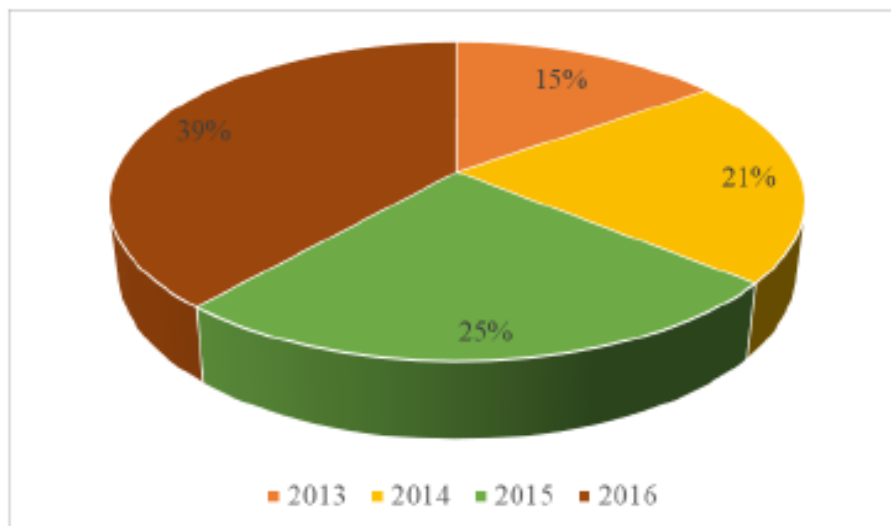


Рис. 3. Процент обработанных документов

На рис. 3 проанализирована функция без которой невозможно существование ни одной компании - «Обработка документов». CRM-система значительно улучшает этот процесс. Существует облачный диск, где хранятся все файлы компании. Можно легко настроить доступ для каждого сотрудника и не волноваться, что кто-то получит документы, не предназначенные для него. Таким образом можно заметить, что в 2016 году (рис. 3) количество обработанных документов увеличилось на 52,45% по сравнению с 2015 годом.

CRM-система помогает увеличить эффективность работы каждого сотрудника на его рабочем месте. Сотруднику не нужно звонить по телефону в другой отдел, он сможет сделать это с помощью CRM-системы. Отправить документ или поставить задачу, запланировать встречу – процессы которые нужно выполнять каждый день будут выполняться автоматически «подтягивая» данные с любого ресурса. Таким образом на рутинные задачи будет потрачено меньше рабочего времени за счет их автоматизации.

Также можно осуществить контроль работы и ее эффективность для каждого сотрудника. Перед выполнением любой задачи в CRM-системе сотрудник сообщает ей о начале работы над задачей и осуществляется отчет времени: сколько часов понадобилось на выполнение поставленной задачи.

Таким образом, проанализировав общее воздействие автоматизированной CRM-системы на работу компании ООО «Мастерская сладких подарков» мы видим положительную динамику влияния CRM-системы. Систем работает пока только год. Для полной адаптации компании, штат которой более 50 человек, необходимо приблизительно 3 года. В первый год работы CRM-системы сотрудники в основном знакомятся и выполняют в ней небольшую часть своей работы, но со временем каждый для себя понимает, что с этой системой можно выполнять свою работу быстрее, эффективнее и без ошибок.

Список литературы:

1. Рыбакова И.А., Орлов С.П. Комплексная оценка эффективности использования организациями CRM-систем / И.А. Рыбакова, С.П. Орлов // Наука и мир. – 2017. – № 1 (41). – С. 51-53.
2. Алехно В.В. Тенденции развития концепции системы управления взаимоотношений с клиентами (CRM-системы) в России / В.В. Алехно. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nauka-rastudent.ru/28/3356/>
3. Ефромеева Е.В. Актуальность внедрения CRM-систем / Е.В. Ефромеева, М.И. Лелаев, Н.М. Ефромеев // Проблемы современной науки и образования. – 2016. – № 8 (50). – С. 51-54.

References:

1. Rybakova I.A., Orlov S.P. Complex efficiency assessment of using CRM-systems in organizations / I.A. Rybakova, S.P. Orlov // Science and World. – 2017. – № 1 (41). – P. 51-53. (In Russian)

2. Alekhno V.V. Tendencies of development of the concept of relationship management with customers

(CRM-system) in Russia. URL: <http://nauka-rastudent.ru/28/3356/> (In Russian)

3. Efromeeva K.V. The urgency of implementing CRM-systems / K.V. Eftomeeva, M.I. Lelaev, N.M. Efromeev // The problem of modern science and education. – 2016. – № 8 (50). – P. 51-54. (In Russian)