

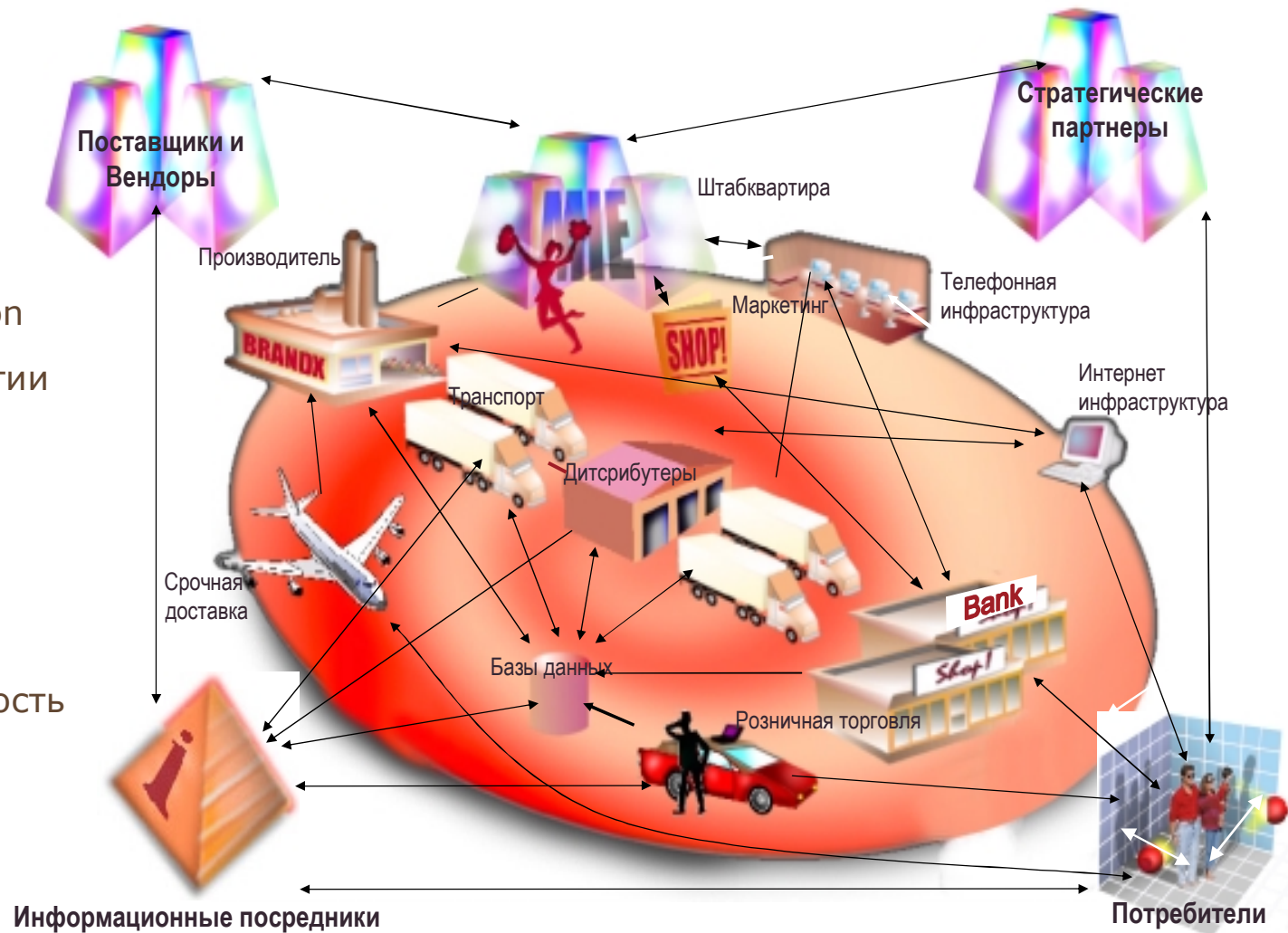


**CRM**

**Алматы,  
20-21 сентября, 2001**

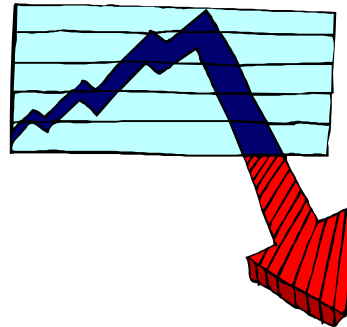
## Современные компании сталкиваются с быстрыми и существенными изменениями.

- Новые рынки
- Новые игроки
- Новые каналы
- Disintermediation
- Новые технологии
- Глобализация
- Дерегуляция
- Консолидация
- Конвергенция
- Перенасыщенность рынка
- Снижающаяся лояльность клиентов



## Почему CRM важен?

- **Большинство компаний теряет 50% своих клиентов каждые 5 лет.**
- **В большинстве отраслей привлечение нового клиента обходится компании от 7 до 10 раз дороже, чем удержание существующего.**
- **Увеличение процента удержания прибыльных клиентов на 5% увеличивает прибыль от 25 до 125%.**
- **Около 50% существующих клиентов компании не прибыльны из-за неэффективного взаимодействия с ними.**
- **В среднем компания контактирует 4 раза в год с существующим клиентом и 6 раз в год с потенциальным.**



## Что такое «CRM»

Другими словами...

трансформация того как Вы:



Рекламируете

Продаёте

и

Обслуживаете

## О чем речь?

Определение:

CRM (Customer Relationship Management) - систематический подход к управлению «жизненным циклом клиента» (customer life-cycle).



Источник: Meta Group [www.metagroup.com](http://www.metagroup.com)

## CRM – это работа с клиентом

**Рассматривайте информацию о клиенте как стратегический, наиболее ценный актив Вашей компании**

**Целостный  
взгляд на  
клиента**

**Принцип  
командных  
продаж должен  
быть правилом, а  
не исключением**

**Используйте  
любой контакт с  
клиентом как  
возможность  
повысить его  
лояльность**

**Управляйте и  
измеряйте  
прибыльность  
клиента**

## Вопросы CRM-интеграции: Дилемма Потребитель/Канал/Товар

Объединение трех переменных во взаимоотношениях



## Стратегия «интеллектуального маркетинга»

Можете ли вы привлечь, узнать и удержать своего прибыльного клиента?



## Внутренние выгоды от использования систем CRM

**Сократить время продаж и повысить продуктивность работы сотрудников**

- **Сокращение времени на административную работу за счет автоматизации:**
  - Управления взаимодействием с клиентом
  - Управления календарем и списком телефонных номеров
  - Автоматическое создания предложений и контрактов
  - Управления потенциальными сделками/проспектами
  - Упрощенная генерация отчетности (комиссионные по продажам, прогнозы, потенциальные клиенты)
- **Сокращение времени на доступ к информации за счет:**
  - Единой базы данных клиентов
  - «Он-лайн» энциклопедия продаж и электронная библиотека документов
  - Интерфейсы между системой CRM и системами поддержки клиента (биллинг)
- **Улучшенная «разведка» продаж**
  - Интегрированные данные по клиентам
  - Доступ к внешним источникам информации о клиентах
  - Сильные средства аналитики
- **Сокращенный цикл обучения и улучшенные возможности для передачи знаний как результат:**
  - Структурированных материалов для обучения
  - Баз исторической информации
- **Повышенная мотивация и улучшенная работа сотрудников как результат реализации вышеперечисленного.**

## Внутренние выгоды от использования систем CRM

*Ускорить интеграцию усилий по продажам различных отделов*

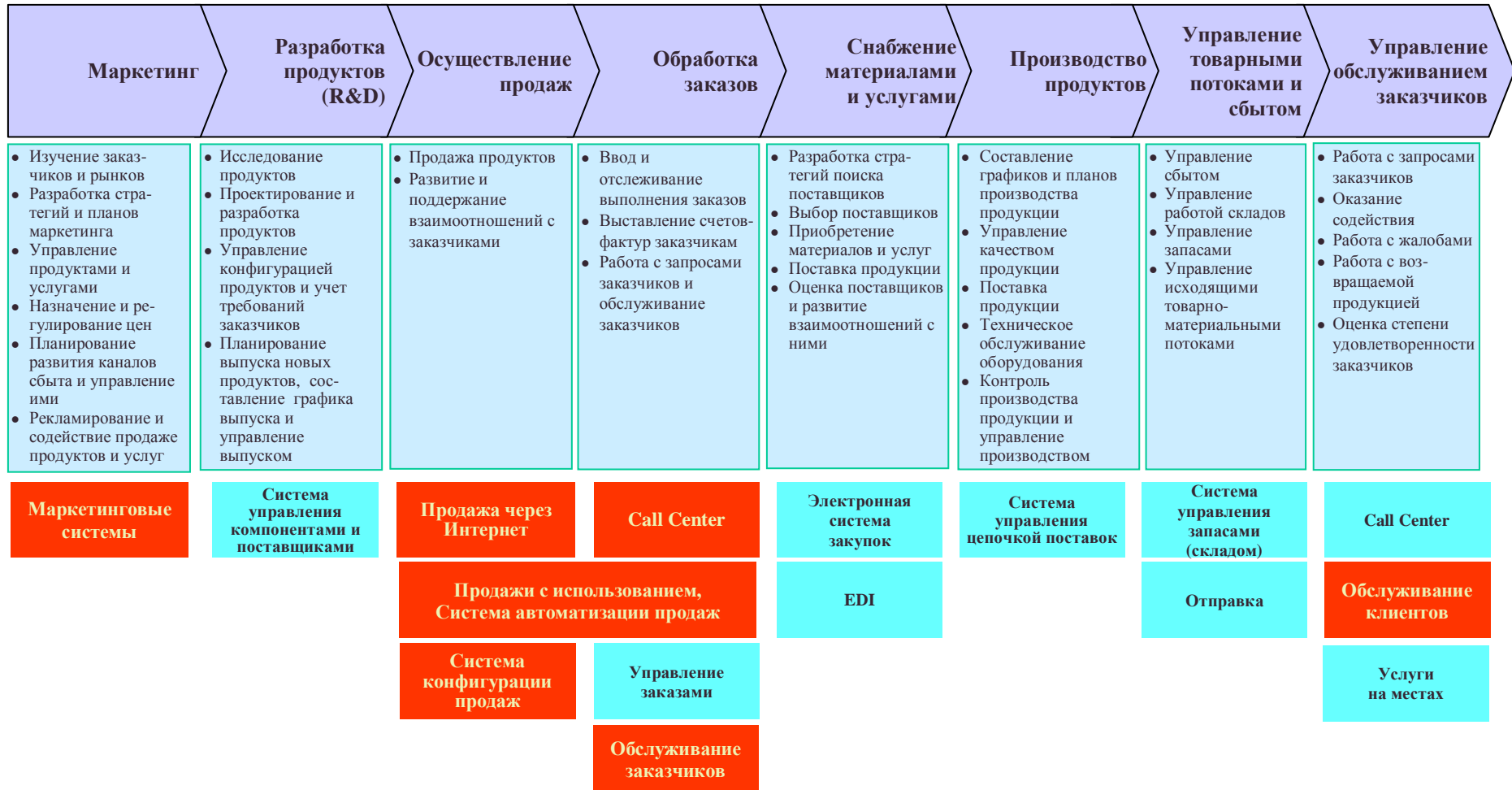
- **Предоставление единой платформы, используемой всеми коммерческими отделами:**
  - Поддержка стандартизированных процессов продаж по группам продуктов и типам клиентов
  - Доступ к информации по клиентам для всех коммерческих отделов
  - Поддержка сотрудничества между отделами, необходимого для продажи совместных предложений и «пакетированных» предложений.

*Улучшить систему принятия управленческих решений*

- **Предоставление критичных управленческих отчетов:**
  - Потенциальные продажи
  - Прогноз продаж
  - Анализ продаж (т.е., реальные + прогнозируемые)
  - Еженедельные отчеты о продажах в разрезе типов клиентов и групп услуг
  - Комиссионные

**Чтобы продемонстрировать, как может быть достигнута более высокая продуктивность, далее рассмотрены два примера, в которых сравниваются процессы цикла продаж услуг до и после внедрения CRM системы.**

# CRM в цепочке бизнес процессов компании



Система Управленческой Информации (MIS)

Финансы

# Новые рамки для взаимодействия с клиентом

