

СТЕНИНА Т. В., ПРОКИНА Е. Ю.
ОБЗОР CRM-СИСТЕМ НА РЫНКЕ ИКТ

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические основы CRM-систем, основные требования и критерии, влияющие на их выбор. Перечислены основные лидеры CRM-систем. Представлена сравнительная характеристика CRM-систем, выявлены их преимущества и недостатки на рынке ИКТ.

Ключевые слова: CRM-система, Битрикс24, Мегаплан, AmoCRM, интерфейс, бизнес.

STENINA T. V., PROKINA E. YU.
OVERVIEW OF CRM SYSTEMS ON THE ICT MARKET

Abstract. The article considers the theoretical foundations of CRM systems. The basic requirements and criteria that affect the choice of CRM systems are studied. The leaders of CRM systems are listed. A comparative analysis of CRM systems is presented; their advantages and disadvantages on the ICT market are revealed.

Keywords: CRM system, Bitrix24, Megaplan, AmoCRM, interface, business.

В эпоху информационных технологий сложно представить современный бизнес без автоматизации различных процессов. Однако взаимодействие с клиентами, особенно в малом и среднем бизнесе, ведется без внедрения автоматизации. Это крайне плохо для эффективности работы предприятия. Например, сотрудник в отделе продаж уволился. В таком случае компания может потерять неоконченные переговоры, необработанные заказы. В решении таких проблем могут помочь различные программы системы, одной из таких является CRM-система. CRM-система помогает автоматизировать работу с данными, клиентами и оптимизирует бизнес-процессы [1]. CRM-система значительно упрощает работу менеджеров. Каждый бизнес, работающий напрямую с клиентами и стремящийся увеличить их число, нуждается в CRM-системе. Это актуально как для B2B, так и для B2C. На рисунке 1 представлены основные требования к CRM-системам.

На рынке программных продуктов и информационных систем существует большое количество довольно разнообразных по объему задач, применяемому оборудованию, технологиям работы CRM-систем [2; 5]. При выборе CRM-системы следует учитывать следующие факторы.

- Соответствие требованиям бизнеса. Перед внедрением CRM-системы необходимо решить, какие задачи она должна решать в условиях конкретного бизнеса.



Рис. 1. Требования к CRM-системам.

- Простота использования. Интерфейс системы должен быть удобен и понятен для пользователя.
- Наличие аналитических инструментов. CRM-система должна иметь возможность проводить анализ, ориентированный на каждого клиента, выявлять поведение потребителей, их требования и ожидания.
- Возможность настройки на процессы. Возможность CRM-системы гибко изменять настройки в ходе исполнения процесса.
- Масштабируемость. CRM-система должна иметь решения, которые были бы масштабируемыми и могли применяться для большего числа пользователей. Это важно для крупных организаций.
- Настройка под условия конкретной отрасли. Каждая отрасль имеет свою специфику работы, которая должна учитываться в CRM-системе.
- Настройка под пользователей. Система должна предусматривать возможность удобного и быстрого изменения пользовательских функций в соответствии с меняющимися задачами. Это повысит эффективность работы.
- Стоимость владения. Стоимость CRM-системы складывается из нескольких составляющих: стоимость лицензий, установки аппаратного и программного обеспечения, затрат на техническое обслуживание и расходы по управлению ИТ-активами.

- Оперативность технической поддержки. Поставщик системы должен быстро реагировать на запросы пользователей и оказывать помощь по решению их проблем.

Вышеперечисленные критерии выбора CRM-системы являются наиболее общими и востребованными для большинства компаний [3].

На сегодняшний день каждая седьмая компания использует CRM-системы. Рынок CRM является достаточно перспективным, учитывая, что доля компаний в РФ, где компьютерами оборудовано более половины рабочих мест, составляет около 40% [7]. CRM-системы чаще всего внедряются компаниями из новых отраслей экономики, таких как, IT, телекоммуникации. В перспективе рост CRM-систем ожидается в сфере финансов, страхования, оптовой торговли. С ноября 2018 года по январь 2019 года экспертами маркетингового консалтинга института проблем предпринимательства было проведено исследование российского рынка CRM-систем. Оно показало, что лидером по всем показателям среди компаний-разработчиков CRM систем стал сервис «Битрикс24». Второе место занял «Мегаплан», третье «АмоCRM» [4].

Битрикс24 – это не только CRM-система. CRM является одним из модулей. Битрикс24 включает в себя корпоративный интернет с внутренней социальной сетью, планировщик, платформу для видеоконференций и т.д. Он имеет широкий функционал, являющийся как плюсом, так и минусом. Некоторые из многочисленных функций могут даже не использоваться, но за них приходится платить. Так как система является достаточно обширной, потребуется время, чтобы в ней разобраться [6]. Раздел техподдержки имеет 22 мануала по обучению работе с системой, руководство со скриншотами, видеоматериалами, детально описывающими каждый шаг. Интерфейс Битрикс24 каждый пользователь может настроить под себя. Система универсальна, подходит как крупным, так и небольшим предприятиям. Но так как Битрикс24 является достаточно многофункциональной системой, не имеет смысла ее устанавливать, предприятию нужна обычная CRM-система для учета лидов и постановки задач. Система будет полезна таким категориям бизнеса, как:

- ИП и малому бизнесу, которым хватит и бесплатной версии и минимальным набором функций;
- крупному бизнесу – сетевым предприятиям, холдингам.

Основные функции Битрикс24 (см. рис. 2). В облачной и локальной версиях Битрикс24 почти все функции требуют настройки. Для внедрения коробочной версии необходимо обратиться к партнерам Битрикс24. Преимуществом Битрикс24 является то, что бесплатной версией могут пользоваться до 12 сотрудников. У других CRM, как правило, предприятие осуществляет оплату за каждого пользователя [9].

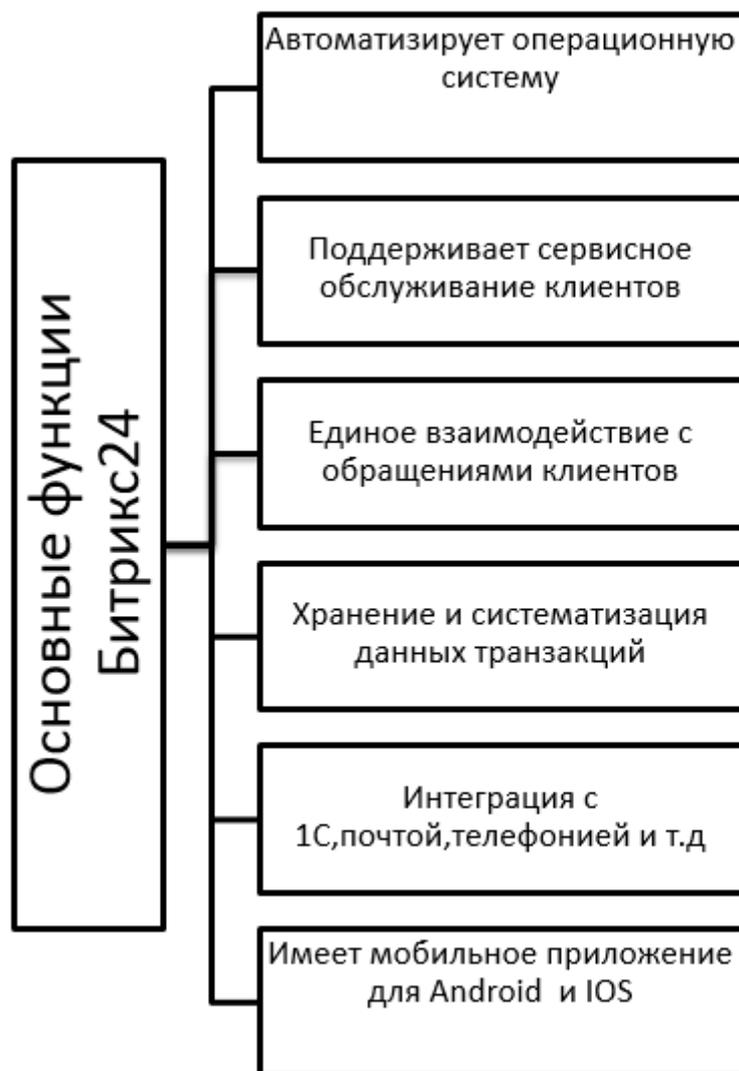


Рис. 2. Основные функции Битрикс24.

Мегаплан – это система, с помощью которой можно управлять бизнес-процессами, контролировать сотрудников, получать отчеты по выполненной работе. Данный сервис имеет возможность сохранения всей записей, счетов, звонков и общения с клиентами. Также в системе есть облачный сервис и коробочная версия. Мегаплан является самой мощной из простых CRM-систем и отлично подойдет для малого и среднего бизнеса. У данной системы есть двухнедельный пробный период, нет ограничений по числу сотрудников ни на одном тарифе, простой и понятный интерфейс, возможность интеграции с 1С, сайтом и соцсетями. Для коммуникации с покупателями в функционал встроена почта. Работая в Мегаплане, невозможно запутаться, так как есть видео-инструкция по всей системе и всплывающие обучающие окна. Если в решении задач требуется участие сотрудников из разных отделов, Мегаплан отлично подходит. В функционале системы нет ничего лишнего, есть возможность установки расширений. Есть мобильное приложение для Android и iOS [9].

АmoCRM – это система, которая отлично подойдет для анализа продаж, доступна в онлайн-режиме, с простым интерфейсом и мобильным приложением. Особенно подойдет тем, кто продаёт товары и услуги с долгим сроком сделки. Также эта система актуальна для застройщиков, так как в АmoCRM есть удобный интерактивный каталог по всем объектам (Profit Base). С помощью этой системы можно контролировать абсолютно весь процесс продажи, а также создавать многоступенчатые воронки продаж под конкретный бизнес. АmoCRM хорошо визуализирована – в разделе аналитики много графиков, диаграмм. Настройки простые, всё в системе взаимосвязано. В АmoCRM есть возможность планировать дела по сделке, писать важные комментарии, прикреплять документы по клиенту.

Главное преимущество системы заключается в интеграции со всеми источниками лидов и рекламных каналов. Например, происходит обращение по почте, через форму обратной связи, директ – лид сразу попадает в CRM-систему. В АmoCRM есть примитивная аналитика по продажам и 4 вида отчёта. АmoCRM не подойдет предприятиям, у которых сложный бизнес-процесс и нестандартная воронка продаж. А также тем, кому нужна интеграция с 1С и полный документооборот [8].

Подводя итог, следует обратить внимание на следующие моменты. Если у предприятия есть большой штат сотрудников, нестандартный бизнес и есть время на изучение, настройку и внедрение системы, то отлично подойдет Битрикс24. Если нужен простой интерфейс, небольшая стоимость системы, а также возможность постановки задач между сотрудниками разных отделов, то подойдет Мегаплан. В отличие от Битрикс24, АmoCRM прост в работе, есть стандартная воронка продаж, он дешевле, но дороже, чем Мегаплан.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Исаев Г. Н. Управление качеством информационных систем: учебное пособие. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 248 с.
2. Кожевникова Г. П., Одинцов Б. Е. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебное пособие. – М.: Юрайт, 2019. – 444 с.
3. Кинзябулатов Р. CRM. Подробно и по делу. – М.: Издательские решения, 2019. – 250 с.
4. Колмыков А. Н. Сравнительный анализ отечественных программных продуктов для бизнес-моделирования // Огарев-online. – 2019. – №7 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://journal.mrsu.ru/arts/sravnitelnyj-analiz-otechestvennyx-programmnyx-produktov-dlya-biznes-modelirovaniya> (дата обращения 10.03.2020).

5. Кравченко Т. К., Исаев Д. В. Системы поддержки принятия решений: учебник. – М.: Юрайт, 2019. – 292 с.
6. Рязанцев А. Как внедрить CRM-систему за 50 дней. – М.: Книжкин дом, 2017. – 180 с.
7. Романов А. Н., Одинцов Б. Е. Советующие информационные системы в экономике: учебное пособие. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 485 с.
8. ТОП-10 лучших CRM-систем для бизнеса – рейтинг 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bisnesideya.ru/podborki/top-10-crm-sistem-dlya-biznesa.html> (дата обращения 10.02.2020).
9. Цапюк П. #crm_is. – М: Издательские решения, 2017. – 170 с.