

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СИСТЕМЫ TERRASOFT CRM

Пырсигов М. М.,

научный руководитель канд. техн. наук Колокольникова А. И.

Кузбасский государственный технический университет им. Т. Ф. Горбачева

В современных торгово-экономических процессах главными стратегическими задачами являются: построение долгосрочных отношений с наиболее перспективными клиентами, обеспечение лояльности компании и ее продуктам. Каждый руководитель понимает, что постоянные клиенты это гарантия стабильных продаж и, следовательно, устойчивости бизнеса. Увеличение процента удержания клиентов до 5 % повышает прибыль компании на 50-100 % . Поэтому важно в любой организации уделять внимание управлению взаимоотношениями с клиентами. CRM – это аббревиатура термина customer relationship management, что переводится как «управление взаимоотношениями с клиентами». Анализировать и выполнять данные функции – обязательная составляющая профессиональной деятельности многих категорий персонала фирм.

Группа компаний Terrasoft признана победителем авторитетного международного конкурса European IT & Software Excellence Awards 2013, который отмечает лучшие практики в сфере информационных технологий. В номинации "Лучшее решение года для хранения и управления клиентской информацией" был назван продукт BPMonline CRM.

Начало деятельности компании совпало по времени с повышением интереса бизнеса к CRM: согласно данным Gartner в период с 2003 по 2008 год мировой рынок систем управления взаимоотношениями с клиентами стабильно демонстрировал двузначный рост. В то же время в Восточной Европе продажи CRM росли еще более стремительно, что было связано с молодостью и слабой насыщенностью рынка. Первые версии CRM-системы использовались молодой компанией в собственной работе, но достаточно быстро появились клиенты - российские, украинские и белорусские компании разного масштаба. Первоначально Terrasoft CRM была рассчитана на работу в средних и малых компаниях, однако постепенно решение обрело функциональные возможности, свойственные крупным корпоративным системам. Параллельно Terrasoft занялась разработкой CRM-систем для различных рыночных вертикалей. В 2003 году появилась первая реализация отраслевого решения Terrasoft CRM Bank для организации управления взаимоотношения с клиентами в банках, а на сегодняшний день на платформе Terrasoft создано более 25 отраслевых продуктов и решений.

Далее Terrasoft разрабатывает методологии ведения CRM-проектов и активно занимается проектной и консалтинговой деятельностью, начинает продвижение на западные рынки. В 2007 году Terrasoft вместе с партнёрами выпускает ряд отраслевых решений, а также Terrasoft Sales - CRM-систему с базовыми возможностями для решения задач отдела продаж. Тогда же, согласно отчетам IDS, Terrasoft занимает крупнейшую долю CRM рынка в России среди систем отечественной разработки.

В 2009 году Terrasoft начинает работать над новой платформой для управления бизнес-процессами (BPMonline), а в феврале 2011 года объявляет о релизе новой разработки. В основу платформы BPMonline заложена концепция BPM (Business Process Management) и популярный мировой стандарт описания бизнес-процессов - BPMN (Business Process Modeling Notation). Первым продуктом, созданным на новой платформе, стала система BPMonline CRM - приложение для мобильного доступа к информации в CRM-программе, которое позволяет оптимально организовать работу «полевых» сотрудников. Система представляет собой web-приложение, которое не требует

установки клиентской части, так как работа с системой осуществляется с помощью браузера.

В сентябре 2010 года в результате технологического партнёрства с компанией «Интел телеком», поставщиком решений для построения call-центров, выпущен интеграционный модуль для продуктов call-центр Infinity и Terrasoft CRM. На февраль 2011 года, программные продукты Terrasoft используют в работе более 3000 предприятий, а партнёрская сеть разработчика представлена более чем 200 компаниями.

Рассмотрим в качестве примера программу Terrasoft Sales, которая предоставляет инструменты для эффективного управления отделом продаж и может стать отличным стартом для увеличения количества сделок и оптимизации цикла продаж. Terrasoft sales решает такие задачи как: управление контактами: история взаимодействия с клиентами; управление продажами; управление директ-маркетингом; учет счетов и платежей; формирование библиотеки документов; управление рабочим временем; отслеживание результатов работы и аналитика.

Эта программа отличается от остальных своей простотой и удобством использования, быстрое обучение пользователей работе с системой делают Terrasoft Sales особенно привлекательной для среднего и малого бизнеса. Даже начинающий пользователь сумеет настроить систему просто и быстро, без необходимости привлечения программиста. Внесенные изменения можно распространить на всех пользователей и в локальных, и в глобальных сетях.

Terrasoft Sales содержит единый реестр всех компаний, с которыми взаимодействует организация - клиенты, партнеры, поставщики, конкуренты и пр. Можно быстро найти в системе любые сохраненные в ней данные: координаты компании, данные об отрасли, к которой она принадлежит, банковских реквизитах, история встреч, переписки, заключенных сделок (рис. 1).

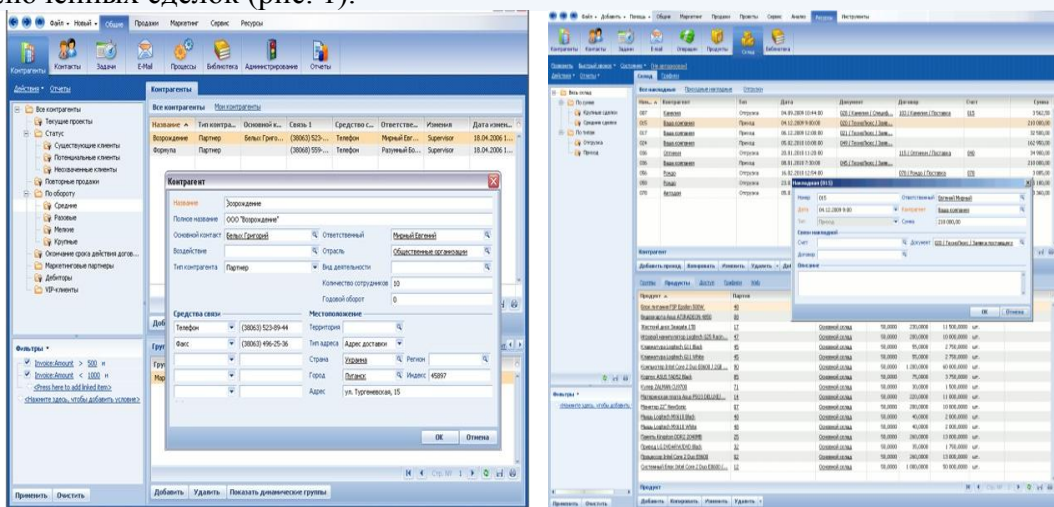


Рис. 1. Примеры диалоговых окон программы Terrasoft sales

Если есть необходимость найти информацию о компании в интернет, это можно сделать непосредственно из системы. При этом можно разграничить доступ пользователей к различной информации о контрагентах. Используя инструменты Terrasoft Sales для сегментации, можно управлять жизненным циклом клиентов, выделять целевые группы, формировать нужные Вам выборки для развития отношений с каждой из групп. Как результат, можно быстро добиться высокого уровня лояльности клиентов и согласованной работы с партнерами потому, что CRM-система предоставляет инструменты, позволяющие систематизировать данные о клиентской базе, процессы привлечения клиентов и развития отношений с ними, совершенствовать системы продаж, маркетинга и обслуживания, повышения удовлетворенности клиентов.