

ВОЗМОЖНОСТИ CRM-СИСТЕМ В ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДАЖ

Организация продаж в торговле состоит из двух основных элементов: организации процесса продаж и организации отделов продаж. Эффективность отдела продаж определяет его организационная структура, которая способна реализовать стратегический план торговой организации.

Система управления общением с клиентами компании (CRM-система) решает три глобальные задачи:

- ускорение и улучшение обработки новых заявок. В результате повышается лояльность постоянной клиентуры, в том числе из-за максимальной проработки базы. Программный софт напоминает клиенту о сделке, сохраняя данные обо всех контактах по заказу. Специальная настройка CRM позволяет продавцу общаться с несколькими сотнями клиентов (около 400) сразу и повышать свой оборот как минимум на треть;
- проведение автоматизации торговли. В настоящее время большинство процессов должны происходить автоматически, например лидогенерация и распределение лидов, регистрация сделок по заявкам, онлайн-переписка, отправление счетов. Организация продаж продукции в отделе посредством CRM-системы намного облегчает эти операции. Программа оповещает о заключенных сделках, напоминает покупателям о важном от лица сотрудника, помогает достичь wow-эффекта, сообщая продавцу о прочтении письма клиентом и удачном моменте для беседы;
- проведение координации и контроля, выполняемое с помощью регулировки фильтров командных задач и регулярных отчетов продавцов системой CRM, которая используется для локализации усилий коллектива и для оценки состояния и управленческих решений по исправлению ситуации соответственно. Важно сразу все настроить без ошибок [1, с. 129].

Для этого необходимо:

- составить техническое задание в соответствии с потребностями фирмы (используются отчеты, учитывается функционал, определяются права доступа);
- разработать инструкции для всех сотрудников, которые работают в программе;
- внести работу с CRM в систему мотивации.

Лидер рейтинга CRM-систем — amoCRM. Веб-платформа доступна в любом месте, где есть подключение к интернету. Пользователи системы могут контролировать все этапы продаж: от звонка или заявки, оставленной на сайте, до подписания договора, составления отчета и последующей коммуникации с клиентом.

Популярна также «Битрикс24» — полноценная платформа, в которую входит и сама CRM-система с 12 полезными инструментами, которых вполне достаточно для организации работы и автоматизации важных внутренних процессов.

Большим спросом пользуется Pipedrive, предназначенная для небольших отделов продаж. К использованию доступны инструменты для планирования задач, аналитики (имеется вся информация о сделках и клиентах), создания воронки продаж и др.

Источник

1. *Баканов, М. И.* Анализ хозяйственной деятельности в торговле / М. И. Баканов. — М. : Экономика, 2018. — 352 с.