

ПРИМЕНЕНИЕ CRM-СИСТЕМ ПРИ ВЕДЕНИИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

CRM-система — прикладное программное обеспечение, предназначенное для автоматизации процессов взаимодействия организации с заказчиками, в том числе для повышения уровня продаж и улучшения уровня обслуживания клиентов. На сегодняшний день одной из самых стремительно развивающихся инноваций являются CRM-системы, которые каждый день доказывают свою эффективность. Такая система при помощи автоматизации процессов помогает эффективно выстраивать диалог с покупателем, не допускать ошибок в работе и в итоге продавать много.

Благодаря CRM менеджеры допускают мало ошибок, а следовательно, продают много, руководитель легко управляет компанией: он тратит мало времени на контроль и получает много ресурсов. CRM помогает экономить время работников организации. В результате покупатель становится лояльным и настроенным на покупку [1].

В настоящее время сфера внешней торговли хоть является одним из стремительно развивающихся направлений экономики, имеет определенные сдерживающие барьеры. Важнейшими из них остаются ужесточенная конкуренция из-за свободного перемещения товаров между странами и рост требований по улучшению качества сервиса со стороны клиентов в связи с повышением международных стандартов качества. Исходя из этого необходимо быть намного быстрее и увереннее конкурентов, а также минимизировать возможность недовольства или неудовлетворенности покупателей, что сложно осуществить при работе с аудиторией, отличной по культуре и менталитету. Успех в этом направлении может быть достигнут путем модернизации деятельности предприятий торговли.

Мировой рынок CRM-систем разнообразен и представлен такими продуктами, как GoldMine, Oracle Siebel CRM, HansaWorld Enterprise, Sage SalesLogix и др. Еще в 2017 г. CRM являлся крупнейшим сегментом рынка ПО, в 2021 г. оценочная стоимость достигла 145,5 млрд долл. США. Средняя рентабельность инвестиций в CRM составляет 8,71 долл. США на каждый потраченный доллар США [2].

Согласно опросу Grand View Research в 2020 г. около 91 % организаций с численностью персонала от 10 человек использовали CRM-системы. Порядка 82 % компаний применяли такое программное обеспечение для отчетности о продажах и автоматизации процессов [3].

Использование CRM-системы в организации позволяет сократить следующие виды рисков: потерю потенциальных крупных капиталовладельцев; ухудшение отношений с международными партнерами; снижение гибкости организации при работе с иностранными клиентами. В результате организации, осуществляющие внешнеторговую деятельность, могут оставаться на между-

народном рынке наиболее конкурентоспособными, обеспечивая себя высокой прибылью, международными связями и другими преференциями в сравнении с конкурентами на международной арене.

Источники

1. CRM-система — что это такое? [Электронный ресурс] // S2. — Режим доступа: https://salesap.ru/crm_sistemy_chno_eto/. — Дата доступа: 24.05.2022.

2. 75 Basic CRM Software Statistics: 2022 Data Analysis & Market Share [Электронный ресурс] // FinancesOnline. — Режим доступа: <https://financesonline.com/crm-software-statistics/>. — Дата доступа: 24.05.2022.

3. CRM (мировой рынок) [Электронный ресурс] // TADVISER — Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:CRM_\(мировой_рынок\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:CRM_(мировой_рынок)). — Дата доступа: 24.05.2022.