

РОЛЬ CRM В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

CRM-система — информационная система, назначением которой является автоматизация бизнес-процессов организации, обеспечивающих взаимодействие всех ее подразделений с покупателями на уровне, определяемом CRM-идеологией. Данная система при помощи автоматизации процессов помогает эффективнее выстраивать диалог с покупателями, не допускать ошибок в работе и в итоге продавать больше товаров на протяжении их жизненного цикла. Основные функции, выполняемые CRM-системой:

- сбор личных данных о покупателях, их предпочтениях с целью формирования персонализированных предложений в будущем;
- аналитика продаж: оценка успешности маркетинговых кампаний и бизнеса, определение популярных блюд, формирование отчетов эффективности работы специалистов;
- интеграция систем лояльности, таких как скидки, бонусы за заказы, персональные предложения [1].

Внедрение специального программного обеспечения способно решить следующие проблемы объектов общественного питания: оптимизация работы персонала и рабочих зон объекта; отслеживание заказов и ведение клиентской базы; контроль товарооборота, оформление отчетности; создание системы скидок и акций; возможность проведения анализа и получение расширенных отчетов; возможность использования мобильных устройств для принятия и формирования заказов.

К CRM-системам, получившим достаточно широкое распространение в ресторанном бизнесе, относятся:

- Quick Resto — комплекс CRM-систем, обеспечивающий учет и аналитику в облачном сервисе. В корзине опций присутствуют веб-формы, API для интеграции, управление поддержкой, хранилище файлов, шаблоны проектов. Система лояльности может содержать акции, бонусные программы и персональные скидки, промокоупоны. Однако в портфеле функций отсутствует воронка продаж;

- «Трактирь» — эффективный инструмент для автоматизации процессов ресторанного бизнеса, который интегрируется с «1С: Предприятие 8». В комплекте функций данной системы имеются отчеты, система лояльности, управление заказами, база покупателей;

- Tillyrad содержит множество полезных инструментов: база покупателей, call-центр, система лояльности, email-рассылки, веб-формы, хранилище файлов [1].

CRM-системы постоянно развиваются, на рынке появляются новые интересные предложения. Внедрение современных технологий

позволяет не только ускорить процессы обслуживания, но и улучшить качество взаимодействия с покупателями, что в конечном итоге ведет к увеличению эффективности ресторанного бизнеса [2].

Источники

1. Бахшиев, Ф. Р. Оглы. Внедрение и развитие CRM-системы на примере ресторанного бизнеса / Ф. Р. Оглы Бахшиев, Р. Э. Демидова // Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей StudNet. — 2021. — № 8. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-i-razvitie-crm-sistemy-na-primere-restorannogo-biznesa> (дата обращения: 22.11.2024).

2. Стасюкевич, С. В. Направления цифровизации ресторанного бизнеса / С. В. Стасюкевич // Научные труды Белорусского государственного экономического университета / редкол.: В. Ю. Шутилин (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2021. — Вып. 14. — С. 442–448.

Л. А. Блиц, К. Ю. Кудряшова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **А. И. Ярцев**, канд. экон. наук, доцент

ПРОБЛЕМЫ, СДЕРЖИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА СТРИТ-РЕТЕЙЛА Г. МИНСКА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Стрит-ретейл (street retail) — формат торговли, в котором магазины, кафе и другие торговые точки размещаются на улицах города, в основном на первых этажах зданий. В отличие от торговых центров стрит-ретейл предполагает прямой доступ с улицы, что делает его удобным для потребителей и привлекательным для бизнеса [2].

Рассмотрим возможные проблемы, сдерживающие развитие рынка стрит-ретейла на современном этапе.

Отсутствие единого управления. Девелоперы предпочитают продать коммерческие помещения на стадии строительства домов или сразу после их ввода в эксплуатацию [1]. Итогом бессистемного подхода являются ситуации нерегулируемой конкуренции, когда в пяти минутах ходьбы располагаются несколько однотипных арендаторов. Пример: участок пр. Дзержинского между ул. Хмелевского и ул. Щорса (см. рисунок).

На участке расположены 10 алкомаркетов и магазинов разливного пива. В том числе три конкурирующих алкомаркета и один магазин разливного пива расположены по одному адресу, в составе одного жилого дома. А в одном из домов работают два магазина одной и той же сети.