

КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ: КАК УЛУЧШЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ ВЛИЯЕТ НА ПРОДАЖИ

В современном торговом бизнесе успех зачастую определяется не только качеством товаров и услуг, но и тем, как организация взаимодействует со своими клиентами. Понятие «клиентский опыт» (customer experience) охватывает все аспекты взаимодействия с клиентом, начиная от первых контактов и заканчивая послепродажным обслуживанием.

Для автоматизации внутренних бизнес-процессов используются CRM-системы. CRM-система (Customer Relationship Management) — программа, с помощью которой автоматизируются процессы контроля и взаимодействия компании с покупателями [1]. Различают несколько видов CRM-систем:

- операционная (фокусируется на автоматизации и оптимизации таких процессов взаимодействия с клиентами, как продажи, маркетинг и обслуживание, помогает собирать и анализировать данные о клиентах, управлять контактами и отслеживать сделки);
- аналитическая (направлена на анализ данных о клиентах для выявления трендов, помогает принимать обоснованные решения на основе анализа поведения клиентов и эффективности различных стратегий);
- коллективная (помогает повысить эффективность взаимодействий между разными отделами компании).

В Республике Беларусь лучшими CRM-системами для взаимодействия с клиентами признаны «Битрикс24», Neaktor, Upservice, amoCRM, SalesRender, ONLYOFFICE, «Мегаплан», «ПланФикс», ELMA 365, Zoho CRM.

В 2021 г. компанией SATIO был проведен опрос частных организаций различных отраслей (производство и обрабатывающая промышленность, розничная и оптовая торговля, строительство, информационные технологии и компьютерные услуги, другие отрасли) про осведомленность о CRM-системах и использовании их в своем бизнесе в Республике Беларусь. Как выяснилось, 50 % представителей компаний знают, что такое CRM; 16 % компаний используют CRM от вендора, из них 56 % применяют «Битрикс24».

Проанализировав системы, можно сделать вывод об их преимуществах:

- улучшение взаимодействия с клиентами: CRM-системы хранят данные о клиентах, что облегчает доступ к информации и помогает лучше понимать потребности клиентов;

- автоматизация процессов: многие рутинные задачи и процессы можно автоматизировать с помощью CRM, что позволяет сотрудникам сосредоточиться на более важных задачах и повышает общую производительность;

- аналитика и отчетность: отслеживание показателей производительности (KPI) позволяет анализировать продажи и оценивать эффективность маркетинговых кампаний;

- персонализация обслуживания: с помощью CRM можно собирать и анализировать информацию о клиентах, что позволяет предоставлять персонализированные предложения и улучшать уровень обслуживания;

- сегментация клиентской базы;

- обратная связь с клиентами;

- масштабируемость (многие CRM-системы растут вместе с бизнесом, предлагая дополнительные функции и возможности по мере необходимости).

Таким образом, клиентский опыт — ключевой фактор, определяющий успех в условиях растущей конкуренции. Улучшение взаимодействия с клиентами не только повышает уровень их удовлетворенности и лояльности, но и позитивно сказывается на продажах.

Источник

1. *Варвашеня, А. А.* Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами на основе CRM-систем / А. А. Варвашеня, Н. Е. Свирейко // Научные труды Белорусского государственного экономического университета / редкол.: А. В. Егоров (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2022. — Вып. 15. — С. 80–86.

Ю. М. Уварова, В. Д. Почебыт

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И ИХ ИНСТРУМЕНТАРИЙ РАБОТЫ С АУДИТОРИЕЙ

С развитием технологий и увеличением популярности социальных сетей бренды получили уникальную возможность взаимодействовать с аудиторией в реальном времени. Социальные сети стали важным инструментом маркетинга, позволяя компаниям не только продвигать свои продукты и услуги, но и строить отношения с клиентами. Продвижение в социальных сетях обозначается аббревиатурой SMM (social media marketing). SMM — один из видов интернет-маркетинга, направленный на взаимодействие с потенциальными клиентами с помощью соцсетей и мессенджеров [1].