

Результаты исследования позволили предложить следующие рекомендации:

- белорусским производителям товаров для детей расширять ассортиментные ряды, использовать оригинальные дизайны, работать над созданием брендов своих товаров;
- активизировать маркетинг в местах продаж (в магазине), производителям товаров для детей создавать собственные торговые дома;
- при рекламе товаров для детей, ориентированной на родителей, использовать прием «мнение эксперта»;
- разрабатывать яркую и интерактивную упаковку товаров для детей.

Е. В. Ярмолкевич

Научный руководитель - кандидат экономических наук Н. Н. Анохина
БГЭУ (Минск)

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ CRM (НА ПРИМЕРЕ ЗАО «КЬЮЛИКС СИСТЕМС»)

Customer Relationship Management (CRM) – это такой принцип организации работы сотрудников, компании и отношений с потенциальными и существующими клиентами, который даёт возможность более чётко, структурно и формализовано делать бизнес компании эффективней. CRM означает, что ключевая деятельность организации строится на эффективных и управляемых связях и отношениях с клиентами.

Актуальность системы CRM заключается в том, что её появление – это реакция бизнеса на усложняющиеся запросы клиентов. На сегодняшний день мало продать товар или услугу клиенту: их надо продать, исходя из предпочтений клиента, его вкусов, возможностей. В последние годы в Республике Беларусь наблюдается тенденция увеличения персонализации клиента. Формы и методы работы с ним становятся основой бизнес-модели любой компании. CRM становится общекорпоративной идеологией, на которой строится деятельность компании, разрабатывается стратегия её развития.

Объектом нашего исследования является ЗАО «Кьюликс Системс», в котором с 2009 г. установлен оперативный тип CRM, позволяющий регистрировать и получать оперативный доступ к первичной информации по клиентам, проектам, контактам, документам.

Преимущества, которые получила компания после внедрения элементов системы CRM:

- 1) в четыре раза сократилось время на получение актуальной и точной информации о текущем состоянии бизнеса;
- 2) увеличилась достоверность управленческой отчётности, а её формат перешёл на качественно новый уровень;

3) повысилась эффективность командной работы за счёт единого информационно-коммуникационного пространства;

4) выросла производительность работы каждого менеджера ввиду экономии времени на сбор информации о каждом конкретном клиенте.

Чтобы процесс сбыта в ЗАО «Кьюликс Системс» сделать более управляемым, необходимо внедрять в деятельность компании экран продаж. Он позволяет отслеживать востребованность рынком той или иной услуги, а также контролирует активность отдела продаж. CRM в ЗАО «Кьюликс Системс» – самый целесообразный инструмент для управления экраном продаж, так как это единая точка входа для всех менеджеров, точка хранения, сбора и актуализации информации, средство простого и быстрого получения экрана продаж в табличном (или другом) виде для анализа.

Чтобы каждый сотрудник при работе с клиентом мог легко и быстро оперировать цифрами для заключения сделки, в систему CRM ЗАО «Кьюликс Системс» также целесообразно встроить бланк оценки продаж. Это позволит моделировать разнообразные бизнес-ситуации, в том числе просчитывать последствия резкого изменения курса, прогнозировать возможные скидки для клиента, а также видеть рентабельность сделки для компании.

Данные инструменты сделают процесс продажи более открытым и управляемым, а основными результатами станут:

- рост объема продаж;
- увеличение количества клиентов, покупающих регулярно;
- повышение эффективности работы сотрудников;
- сокращение времени реакции на рыночные изменения.

Таким образом, CRM – это разработка, позволяющая предприятиям повысить лояльность клиентов, переведя их в разряд постоянных, укрепить своё положение на рынке, а также следить за процессом продаж в интерактивном режиме.

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□.
138 □□□□□□□□.
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□. □□□□□□□□.