

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПУТЕМ ВНЕДРЕНИЯ «БИТРИКС24»

Средний и малый бизнес нацелен на увеличение прибыли и укрепление позиций на рынке. Когда компания давно существует на рынке и переживает постоянный и стабильный рост, руководители иногда упускают из виду тот факт, что бизнес-процессы организации нуждаются в модернизации.

Путем автоматизации простых задач происходит разгрузка сотрудников, и эффективность работы повышается.

В период роста компании объем документации увеличивается, необходимо вести огромную клиентскую базу, а также очень важно сосредоточиться на правильном планировании, основанном на результатах текущих продаж.

При отсутствии автоматической системы руководству приходится полагаться на данные, предоставляемые менеджерами. Обычно это неэффективно, так как учет ведется примерный, чтобы не тратить на это огромное количество времени.

Если рассматривать работу всех сотрудников и руководителей, то выявляется сложность определения и контроля выполнения задач. Поэтому сотрудникам организации необходима единая система, отвечающая возникающим потребностям.

CRM — это программное обеспечение, с помощью которого автоматизируются процессы взаимодействия с клиентами и, как следствие, наблюдается увеличение продаж, оптимизация маркетинга и т.д.

Благодаря CRM-системе формируется полная клиентская база, полностью сохраняется история взаимодействия компании с каждым клиентом, анализируются спрос и потребности клиентов, эффективнее используется рабочее время за счет автоматизации задач, автоматически приходят напоминания о выполнении задач, внедряются программы лояльности.

Таким образом, успешное внедрение CRM-системы в работу организации приведет к росту продаж и увеличению прибыли [2].

«Битрикс24» считается самой популярной и распространенной российской CRM и включает в себя CRM-систему, менеджер задач, корпоративную социальную сеть, чаты, конструктор сайтов, конструктор интернет-магазина, хранилище документов, календари, бизнес-процессы, учет рабочего времени, аналитику, аудио- и видеозвонки, генератор документов и отчетов.

Однако из-за большого функционала система считается сложной в настройке. Не каждая организация может правильно оцифровать все свои процессы, поэтому, чтобы внедрить информационную систему, многим приходится обращаться за помощью к интеграторам.

Для оценки эффективности внедрения CRM-системы в практическую деятельность компании необходимо применить сравнительный анализ основных показателей до и после внедрения проекта.

Допустим, что выручка компании до внедрения составляла 284 764 тыс. руб., тогда после внедрения CRM она вырастет на 56 952,8 тыс. руб. и составит 341 716,8 тыс. руб. в год:

$$284\,764 \times 0,2 = 56\,952,8 \text{ тыс. руб.};$$

$$184\,764 + 36\,952,8 = 341\,716,8 \text{ тыс. руб. в год.}$$

Если коммерческие расходы составляли 24 804 руб., то после внедрения они уменьшатся на 8 681,4 тыс. руб. и составят 16 122,6 тыс. руб.:

$$24\,804 \times 0,35 = 8\,681,4 \text{ тыс. руб.};$$

$$24\,804 - 8\,681,4 = 16\,122,6 \text{ тыс. руб.}$$

Допустим, что количество клиентов в год варьируется от 200 до 400. Для расчетов возьмем среднее значение — 300 клиентов в год.

Согласно статистике, при стабильных условиях рынка компании упускают до 15 % клиентов в год [3], следовательно, можно считать, что в нашей ситуации будет утеряно до 45 клиентов в год.

После внедрения CRM-системы доля упущенных клиентов сократится до 15 человек:

$$300 \times 0,05 = 15 \text{ клиентов в год.}$$

Что касается срока окупаемости, его довольно просто рассчитать.

Допустим, что в компании есть отдельный сотрудник, который будет напоминать о необходимости звонка, отправлении письма, будет заниматься отчетной деятельностью. Это потребует полноценного 8-часового рабочего дня и, соответственно, будет оплачиваться.

Месячная лицензия «Битрикс» с максимальным функционалом обойдется в 300 бел. руб., что значительно дешевле.

Подводя итоги, можно сказать, что внедрение CRM-системы необходимо компаниям, которые давно существуют на рынке, чтобы стимулировать рост выручки. С помощью CRM-системы с покупателем выстраивается эффективный диалог, исключая типичные ошибки, связанные с человеческим фактором. В результате растет количество успешных сделок, повышается эффективность менеджеров, увеличивается прибыль компании.

Источники

1. Битрикс 24. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.bitrix24.by>. — Дата доступа: 20.03.2022.

2. Варзунов, А. В. Анализ и управление бизнес-процессами организации / А. В. Варзунов, Е. К. Торосян, Л. П. Сажнева. — СПб : Университет ИТМО, 2016. — 112 с.

3. Гринберг, П. В. Стm со скоростью света. Привлечение и удержание клиентов в реальном времени через интернет : учебник и практикум / П. В. Гринберг. — М. : Символ-Плюс, 2020. — 19 с.