

УДК 004

ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ CRM-СИСТЕМ

Е. Н. Брылева, студентка гр. ПИм-161, 2 курс

Научный руководитель: Рейзенбук К.Э., ст. преподаватель

Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово

В современном мире развитие информационных технологий происходит быстро, как никогда ранее. Сейчас информационные технологии не только решают какие-либо глобальные проблемы, но и автоматизируют различные действия. Будь то анализ больших массивов данных или составления расписания работы. И поэтому уже сложно представить ведение серьезного бизнеса в настоящее время без использования какой-либо CRM-системы.

CRM расшифровывается как Customer Relationship Management или в переводе на русский – Управление отношениями с клиентами. Как следует из одного из самых распространенных определений, **CRM-система** это – прикладное программное обеспечение, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путем сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов [1].

Таким образом, CRM-система, в том или ином виде, необходима любому бизнесу, в котором происходит постоянное общение с клиентами и которые стремятся расширять число своих покупателей. Конечно, перечень клиентов можно вести в импровизированной таблице в Excel или в Google Таблицах и для некоторых компаний этого будет достаточно. Но современные CRM-системы в большинстве своем ориентированы на продажи, и поэтому с их помощью будет довольно легко отследить на каком этапе сейчас находится конкретный клиент или, например, не забыть про тех клиентов, которые еще не готовы покупать, но которым можно будет продать позже.

Сейчас на рынке CRM-систем довольно большой выбор. Системы разнообразны по своему функционалу и ценовой политике. Стоит отметить, что во многих CRM-системах предусмотрена возможность внесения изменений в работу системы и ее доработки под нужды клиентов. Поэтому для большинства компаний будет возможно подобрать свой вариант без особых сложностей. Конечно, перед подбором важно понимать, что требуется именно вам, и какие требования станут основными.

И, конечно же, у каждой системы будут свои особенности, которые важно понимать перед выбором. И поэтому, полезно сравнить несколько систем между собой по определенным параметрам.

Как, например, в таблице ниже. В данной таблице рассмотрены одни из самых популярных CRM-систем в России по восьми параметрам сравнения.



Рисунок 1. Современные CRM-системы

Безусловно в таблице представлены не все пункты, а лишь основные, которые могут повлиять на выбор.

Таблица 1. Сравнительная таблица CRM-систем

Параметры сравнения	AmoCRM [2]	Битрикс24 [3]	Мегаплан [4]	bpm'online sales [5]
Бесплатная демоверсия	14 дней	-	14 дней	14 дней
Стандартная стоимость (минимальный тариф)	499 руб/мес за 1 пользователя (при покупке на 6 месяцев)	Есть бесплатный тариф	330 руб/мес за 1 пользователя	950 руб/мес за 1 пользователя
Интеграции	С сайтом (через формы/api); Чаты с клиентами (Fb, Viber, Telegram, ВК и другие); С рекламными кабинетами; Google Analytics; Почта; Телефония; 1С; Более 500 виджетов для интеграции	С сервисами 1С; Телефония; Google Docs; Google (контакты, календари); Microsoft Office Online; Skype; MS Outlook; MacOS, iOS, Android	API; Почта; Телефония; 1С; Google Drive; Яндекс.Диск; Google (контакты, календари)	MS Exchange; Телефония; MS Outlook; Google (контакты, календари); Почта; 1С
Экспорт/импорт	Excel, CSV	Excel, CSV	Excel	Excel
Аналитика	Сводный отчет по продажам; Отчеты по работе сотрудников	Отчеты по задачам; Учет занятости сотрудников	Контроль за сроками и т.д.	Отчеты по работе сотрудников; Сводный отчет по продажам

Настройки прав доступа для пользователей	Есть	Есть	Есть	Есть
Email-рассылки	Есть	Есть	Есть	Есть
Техподдержка	По телефону или email; Есть обучающие ролики, документация	Консультации в чате (30 дней на бесплатном тарифе); Документация; Обучающие видео	По телефону или email	Онлайн-чат обучающие видео.

В заключении хотелось бы сказать, что при выборе CRM-системы важно понимать цель ее внедрения, какой результат в итоге необходимо получить. И только тогда начинать рассматривать системы. В этом случае результат будет приближен к тому, что ожидался.

Список литературы:

1. Что такое CRM-системы и как их правильно выбирать? [Электронный ресурс] // URL: <https://habrahabr.ru/company/trinion/blog/249633/> (дата обращения 27.02.2018).
2. amoCRM [Электронный ресурс] // URL: <https://www.amocrm.ru/> (дата обращения 27.02.2018).
3. Битрикс24.ru - полный набор инструментов для бизнеса [Электронный ресурс] // URL: <https://www.bitrix24.ru/> (дата обращения 27.02.2018).
4. Мегаплан - CRM система автоматизации бизнеса и управления клиентам [Электронный ресурс] // URL: <https://megaplan.ru/> (дата обращения 27.02.2018).
5. bpm'online sales - Terrasoft [Электронный ресурс] // URL: <https://www.terrasoft.ru/sales/> (дата обращения 27.02.2018).