

ПРИМЕНЕНИЕ CRM-СИСТЕМ ДЛЯ ОБРАБОТКИ ЗАЯВОК КОНФЕРЕНЦИЙ

Цыганцев Д.А., студент гр. ПИБ-151, IV курс

Рахматулин К.Р., студент гр. ПИБ-151, IV курс

Научный руководитель: Трофимов И.Е., доцент

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

На сегодняшний день высшие и средне-специальные учебные заведения, государственные, муниципальные и коммерческие организации все чаще обращаются к такому формату работы, как организация и проведение научно-практических конференций. Одновременно в таких конференциях могут участвовать десятки и сотни человек, с которыми необходимо налаживать качественное взаимодействие. А именно, собирать, хранить и обрабатывать заявки, а также осуществлять обратную связь с отправителями. В связи с этим появляется потребность в автоматизации данного бизнес-процесса, поскольку его ручная обработка может занимать большое количество времени. Для этих целей существует целый класс специализированных программных средств – CRM-системы.

CRM-система (CRM, сокращение от англ. Customer Relationship Management) – прикладное программное обеспечение для управления взаимодействием с клиентами, которое предназначено для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов [1].

Преимущества использования CRM-систем в процессе обработки заявок для конференций:

- Ведение истории взаимоотношений с каждым клиентом. Для каждого клиента заводится отдельная карточка с полной информацией о нем (контактные данные, истории звонков, сообщений, заявок на текущую и предшествующие конференции и т.п.);
- Наглядная аналитика. В любой момент можно получить итоги проделанной работы за день, месяц, год;
- Автоматизация бизнес-процессов. CRM-система может сама выполнять несложные и не требующие присутствия человека действия. Например, перехват входящих заявок с электронной почты или CRM-формы (рисунок 1) и закрепление их за определенным сотрудником [2].

Для того чтобы более детально разобрать применение CRM в данной области, процесс обработки заявки на конференцию можно условно разделить на 4 этапа:

1. Получение заявки на участие от клиента;

2. Проверка правильности оформления статьи, тезисов и т.п.;
3. Оплата участия клиентом;
4. Уведомление клиента о понятии его материалов к участию в конференции.

Заявка участие

ИМЯ

ЭЛЕКТРОННАЯ ПОЧТА

ФАЙЛ

Прикрепить файл...

Отправить заявку

Рисунок 1 - Пример CRM-формы

На первом этапе производится сбор заявок от участников. Необходимо известить потенциального участника конференции о том, что его заявка получена и ожидает рассмотрения. Благодаря CRM-системе этот процесс можно автоматизировать, доверив ей отправку Email-писем или SMS-сообщений каждому участнику, сразу после подачи ими заявки на участие.

На втором этапе организатор конференции проверяет правильность оформления статей, а также их актуальность и практическую новизну. В случае если ошибки отсутствуют или незначительны, организатор конференции уведомляет клиента о принятии его заявки. В противном случае, организатор связывается с клиентом, и предлагает ему исправить их. На этом этапе CRM-система может предложить шаблоны писем, которые организатор может заранее создать, и использовать их для взаимодействия с клиентом.

После того как статья проверена на соответствие требованиям, организатор отправляет клиенту Email-письмо с реквизитами, и впоследствии клиент должен прислать квитанцию об оплате.

Время оплаты лимитировано. Если клиент успевает оплатить оргвзнос и прислать квитанцию, организатор уведомляет, что статья принята и что, клиент теперь является участником конференции. С помощью CRM-системы можно задать крайний срок приема заявок и платежей, после которого все входящие сообщения, от клиентов, не являющихся участниками, будут игнорироваться, а статьи, находящиеся на промежуточных этапах одобрения, будут отменены, с уведомлением об этом соответствующих клиентов.

Несмотря на то что, основное предназначение CRM-систем это автоматизация продаж и упрощение работы менеджеров, применять их для обработки заявок для конференций также вполне оправданно.

Список литературы:

1. Система управление взаимоотношения с клиентами [Электронный ресурс] //URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Система_управления_взаимоотношениями_с_клиентами(дата обращения 22.03.2019).
2. Преимущества CRM-систем [Электронный ресурс] // URL: <https://salesap.ru/blog/preimushhestva-crm-sistemy/> (дата обращения 22.03.2019).