

**К. А. Романова**

*Научный руководитель*

**Е. В. Авдеева**

*Филиал учреждения образования  
«Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации»  
Могилевский торговый колледж  
г. Могилев, Республика Беларусь*

## **CRM-СИСТЕМА КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ**

Управление современным предприятием в условиях рыночной экономики представляет собой сложный процесс, включающий выбор и реализацию определенного набора управленческих воздействий на текущих временных отрезках с целью решения стратегической задачи обеспечения его устойчивого финансового и социально-экономического развития. Информационные технологии, достигшие нового качественного уровня, расширяют возможности эффективного управления, поскольку предоставляют в распоряжение менеджеров, финансистов, маркетологов, руководителей производства всех рангов новейшие методы обработки и анализа экономической информации, необходимой для принятия решений.

В ходе проведенного исследования информационных потоков ЗАО «Белатмит» была обнаружена проблема регистрации и сопровождения клиентов организации, так как существующая автоматическая идентификационная система не подходит из-за специфики деятельности предприятия или не используется по другим причинам.

Целью исследовательской работы было определено внедрение на ЗАО «Белатмит» CRM информационной системы учета клиентов и договоров, позволяющей регистрировать и сопровождать клиентов предприятия.

В настоящее время существует ряд различных программ CRM позволяющих осуществлять рабочие контакты с поставщиками и потребителями с использованием сети «Интернет». Например, Hub Spot CRM, Freshsales, Workbooks.com, Really Simple Systems, Insightly, Apptivo, Capsule CRM, Cloze, Zoho Contact Manager и т. д.

Но для внедрения технологии мы решили остановиться на программе Hub Spot CRM. Данная программа предоставляет все необходимое для организации, отслеживания и взращивания клиентов, при этом количество пользователей и контактов не ограничено. Данная система обладает инструментами для отслеживания и ведения email-предприятия. Программа достаточно проста в работе, что дает возможность любому специалисту предприятия ее использовать.

Наиболее очевидными источниками экономического эффекта от внедрения CRM-системы для ЗАО «Белатмит» являются следующие:

- увеличение количества клиентов, обслуживаемых одним менеджером;
- снижение потерь клиентов, с которыми сотрудники забыли вовремя связаться (расчет данного показателя производится исходя из стоимости не предоставленных товаров или из суммы убытков, понесенных СЗАО «Белатмит» в результате претензий, предъявленных клиентом);
- снижение потерь из-за невозможности клиента вовремя связаться с СЗАО «Белатмит» (оценивается как стоимость не предоставленных товаров/услуг);
- возможность отсекаания неудобных клиентов с целью снижения потерь от оказания услуг или продажи товаров клиентам, некорректно выполнявшим условия предыдущих контрактов;
- увеличение количества вторичных продаж и, следовательно, повышение прибыли, привлекаемой из работы с каждым клиентом.

Таким образом, приходится говорить о необходимости использования в том или ином виде CRM-системы на предприятии. Базовый функционал Hub Spot CRM достаточно универсален, однако система является достаточно гибкой, имеется возможность ее настройки под конкретные нужды СЗАО «Белатмит», дополнения ее различными надстройками, интеграции с финансовыми, бухгалтерскими системами.