

Руслан Раянов

Как создать собственную CRM

Руководство по созданию CRM для вашего бизнеса



www.web-automation.ru 2015

Руслан Раянов

Как создать свою CRM

«Автор»

2015

Раянов Р.

Как создать свою CRM / Р. Раянов — «Автор», 2015

Зачем вам нужна своя CRM? Ведь есть же куча готовых бесплатных CRM с большими предустановленными возможностями. Но почему-то компании стремятся разрабатывать программное обеспечение под себя. В этой книге мы рассмотрим подробно этот вопрос. В книге также рассматривается процесс создания своей CRM - от общего описания до ввода в эксплуатацию. Книга рассчитана в первую очередь на собственников бизнеса и высший менеджмент. Технических деталей в ней практически нет.

© Раянов Р., 2015

© Автор, 2015

Руслан Раянов

Как создать собственную CRM
Руководство по созданию CRM для вашего бизнеса



www.web-automation.ru 2015

Введение

Итак, вы наконец решили внедрить в своей организации CRM. В этом небольшом руководстве Вы найдете методику создания собственной CRM, адаптированной под ваш бизнес.

Тем, кто будет использовать готовую CRM, данное руководство поможет лучше понять собственные потребности в плане организации бизнес-процессов вашей компании (продажи, контрагенты, финансы, проекты и т.д.).

Давайте начинать, и в первой главе мы рассмотрим, что такое CRM и зачем она нужна.

Глава 1. Что такое CRM и зачем она нужна.

Если кратко, то CRM – это программа, предназначенная для учета, обработки и хранения информации о взаимоотношениях с вашими клиентами. Мы это понятие слегка расширим и будем считать, что это программа, позволяющая упростить управление вашими бизнес-процессами.

Допустим, вы продаете некоторые продукты. Сразу можно выделить процессы, которые возможно автоматизировать с помощью CRM:

- учет Поставщиков;
- закупка у Поставщиков;
- продажи;
- база Клиентов;
- база Сотрудников;
- отделы;
- финансовые транзакции (счета);
- система мотивации;
- брак;
- каналы сбыта.

В итоге CRM позволяет добиться следующих целей:

уменьшение издержек. Автоматизация сложных вычислений и других операций. Уменьшение лишней коммуникации между сотрудниками и формализация бизнес-процессов.

ускорение бизнес-процессов. Уведомления (почта, СМС), исключение ненужных рутинных задач из бизнес-процесса и упрощение операций обработки данных (например, поиск по базе клиентов).

улучшение качества продукции. В основном за счет ведения метрик (рассмотрим далее).

повышение прозрачности бизнеса. Данные по работе всех сотрудников заносятся в систему. Есть возможность делать на основании этих данных отчеты руководству для понимания ситуации на местах.

управление на основе KPI. Для каждого процесса можно выделить показатели эффективности (метрики) и начать их отслеживать с помощью CRM (через панель метрик в личном кабинете руководителя). Внедрили инновацию – оцениваете изменение метрик.

стандартизация бизнес-процессов. Все сотрудники работают по определенной схеме, которая заложена в CRM. Плюс работают правила отфильтровки неверных данных, что способствует унификации данных.

Теперь давайте определимся с выбором вашей CRM.

Возможны три варианта:

Использовать готовую CRM общего назначения.

Использовать готовое CRM – решение для вашей отрасли.

Создать собственную CRM.

Если ваши бизнес-процессы не имеют уникальных особенностей и довольно типичны, то лучшим для вас вариантом будет установка CRM общего назначения. Ищите готовую CRM – она стоит относительно недорого (в некоторых случаях даже бесплатна) и имеет довольно внушительное количество функций. Однако вам нужно будет подстроиться под систему и использовать ее как есть. Поэтому при установке такой CRM лучше заранее представить свои будущие потребности в автоматизации и понять, сможет ли система позволить покрыть эти потребности.

Хорошо, если для вашей отрасли есть готовая CRM, учитывающая особенности этой отрасли. По большому счету, вы можете подстроить свои процессы под эту CRM и начать действовать в рамках ее функциональности. Плюс этого подхода – вы сразу и за небольшие деньги получаете готовую методику работы в вашей отрасли. Минус – при развитии вашего бизнеса на развитие CRM вы не можете влиять. Т.е. ваши возможности будут ограничены тем, что предусмотрели для вас разработчики данной CRM.

В любом случае этот вариант достоин рассмотрения. Как минимум необходимо изучить 1-2 программы данного рода и посмотреть, подходят ли она вам.

Следующий вариант – **разработка CRM на заказ**. Вы сами решаете, что будет в вашей системе и как именно будут протекать процессы. Для этого вам придется полностью погрузиться в свои бизнес-процессы и разработать их от начала до конца.

Этот подход предпочтителен для компаний со сложной бизнес-логикой процессов. Такой компании нужен свой продукт, который будет учитывать особенности и специфику бизнеса.

Важный момент – развитие и масштабирование бизнеса. Процессы со временем меняются, оптимизируются. В своей системе вы можете развивать функциональность системы в нужном направлении. В CRM общего назначения это довольно проблематично, поэтому об этом лучше подумать заранее.

Получается, что собственная CRM нужна компаниям, у которых либо сложные бизнес-процессы, либо тем, кто собирается оптимизировать свой бизнес в процессе эксплуатации CRM.

Конечно, разработка собственной CRM стоит дороже, чем внедрение готовой, т.к. программное приложение по сути пишется под потребности вашего бизнеса. Также сроки внедрения собственной CRM больше, чем готовой системы. Здесь важно определиться с краткосрочными и долгосрочными приоритетами. Что важнее? Скорость внедрения, стоимость, учет специфики бизнес-процессов, безопасность, удобство и др.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.