

УДК 004.02

АНАЛІЗ КРИТЕРІЇВ ДЛЯ ВИБОРУ CRM СИСТЕМИ ДЛЯ СТАРТАПУ ІТ КОМПАНІЇ

Філь Н.Ю., Белогуров С.О.

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет,
Харків*

CRM система (customer relationship management) – це спосіб управління взаємовідносинами з клієнтами та оптимізації бізнес-процесів. CRM-система допомагає організувати роботу з лидами, відстежувати дії клієнтів і автоматизувати комунікації [1].

CRM система об'єднує всі необхідні інструменти для роботи з клієнтами і збільшення продажів. Зазвичай CRM-система включає модулі для: ведення клієнтської бази; прийому декількох потоків лідів; збору відомостей про покупців; автоматизації роботи відділу продажів; автоматизації бізнес-процесів (воронки статусів і воронки продажів); контролю діяльності продавців і менеджерів; планування та оптимізації часу роботи співробітників; управління угодами і договорами; автоматизації програм лояльності; аналізу цільової аудиторії [1].

Багато українських компаній все ще ведуть облік покупців в Excel або інших офісних програмах. В деяких компаніях навіть немає єдиної клієнтської бази. Для утримання існуючих і нових клієнтів необхідно впроваджувати ефективні інструменти автоматизації. Адже впровадження CRM системи спрощує створення бізнес-стратегії та сприяє розвитку компанії. Згідно зі статистикою, впровадження CRM у повсякденні процеси дає кращі результати [2]:

- 74% компаній стверджують, що технологія CRM надає доступ до більш вичерпних даних клієнтів;
- поліпшена доступність даних, пропонована технологією CRM, зменшує складність циклу продажів у середньому на 8-14%;

– дослідження Salesforce показує, що використання програмного забезпечення CRM збільшує продажі до 29%;

– 92% компаній вважають технологію CRM вирішальною для досягнення своїх бізнес-цілей;

– близько 47% користувачів CRM стверджують, що технологія має величезний вплив на рівень задоволеності їхніх клієнтів.

Стартап – це амбітні плани, але й вельми скромні ресурси, більша частина яких являє собою ентузіазм засновників. Клієнтів у таких проєктів не багато та на їхній пошук спрямовані основні зусилля команди стартапу. Розглянемо переваги, які надає CRM система для стартапу.

Використання CRM системи дозволить поліпшити роботу з клієнтами, адже для стартапу важливий кожен клієнт і на перший план виходить рівень клієнтського сервісу. CRM система дозволяє детально фіксувати історію взаємодії з клієнтом, його потреби та зауваження, результати попередніх переговорів. Окрім того, вбудований таск-менеджер не дасть забути про важливу дату, зустріч, лист або дзвінок.

CRM системи дозволяє відстежувати успішність стратегії продажів, а також будувати прогнози на майбутнє. Це дозволяє не тільки відстежувати шлях кожного клієнта, а також поліпшувати загальну стратегію компанії.

CRM система дозволяє зручно призначати завдання, керувати ними та відстежувати хід виконання. CRM системи мають функцію нагадування, а також передбачені дашборди ефективності для керівників і команди.

CRM система спрощує комунікацію всередині стартапу, оскільки хмарна CRM підтримує паралельний доступ і спільне редагування в режимі реального часу з будь-якої точки світу з будь-якого пристрою.

Використання CRM системи дає змогу максимально автоматизувати рутинні операції, включно з веденням клієнтської бази, масовими розсилками, створенням звітів та іншими.

Під час вибору CRM системи для стартапу необхідно враховувати особливості бізнесу. Основні відмінності стартапу – це невелика команда та

клієнтська база, обмежений бюджет, велика динамічність і відсутність налагоджених бізнес-процесів.

Розглянемо критерії та характеристики, які необхідно враховувати під час вибору CRM системи для стартапу.

Перший критерій – це функціонал. Для стартапу краще вибрати сервіс з мінімально достатнім функціоналом і простим управлінням. Необхідно чітко окреслити завдання, які повинна виконувати CRM-система.

Другий критерій – ціна. Під час запуску стартапу не варто віддавати перевагу дорогим і складним програмам. Існує ризик, що вкладення не окупляться, а багато функцій не будуть використані.

Третій критерій це простий і приємний інтерфейс – це те, що мотивує співробітників використовувати CRM систему. Сьогодні чимало розробників роблять наголос на зручності використання програми, адже її головне завдання – спрощувати роботу.

Четвертий критерій – це гнучкість. Бізнес-процеси стартапів дуже динамічні. CRM система для стартапу повинна вміти змінюватися разом із компанією. Необхідно вибрати CRM з максимально гнучкими налаштуваннями.

Шостий критерій – наявність реальних відгуків.

Сьомий критерій – наявність пробного періоду, щоб протестувати програму і чи дійсно обрана програма підійде компанії.

Широкі можливості автоматизації щоденних завдань і здатність об'єднати всі сервіси в одному інтерфейсі роблять CRM дійсно незамінною програмою для розвитку стартапу.

Література:

1. Що таке CRM-система. URL: <https://kamala-soft.com/uk/blog/что-такое-crm-sistema/>.
2. Кузнецова А. CRM-система: що це таке та як обрати найкращу для свого бізнесу? URL: <http://surl.li/nbkrgb>.