

«CRM - модель»



Содержание

- CRM – модель (система)
- Что умеет CRM-система?
- Что дает внедрение CRM технологий?
- Виды CRM

CRM



СР

CRM —
взаимодейс
полагающая
центром
философии
является
основными
направлени
деятельнос
являются
поддержке



CRM-система

CRM-система — корпоративная информационная система, предназначенная для автоматизации CRM-стратегии компании, 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-процедур и последующего анализа результатов.

Внедрения систем CRM

- Увеличение объема продаж.
- Увеличение процента выигранных сделок.
- Увеличение маржи.
- Повышение удовлетворенности клиентов.
- Снижение административных издержек на продажи и маркетинг.

Функциональность CRM

- Функциональность CRM охватывает все точки соприкосновения клиента и компании:
- маркетинговые базы данных, обеспечивающие анализ на уровне продукта (его продаж);
- push-системы (системы доставки информации до клиента);
- системы сбора информации о клиентах;
- аналитические инструменты, используемые для анализа поведения покупателя при дискретной покупке.

Содержание

- CRM – модель (система)
- Что умеет CRM-система?
- Что дает внедрение CRM технологий?
- Виды CRM

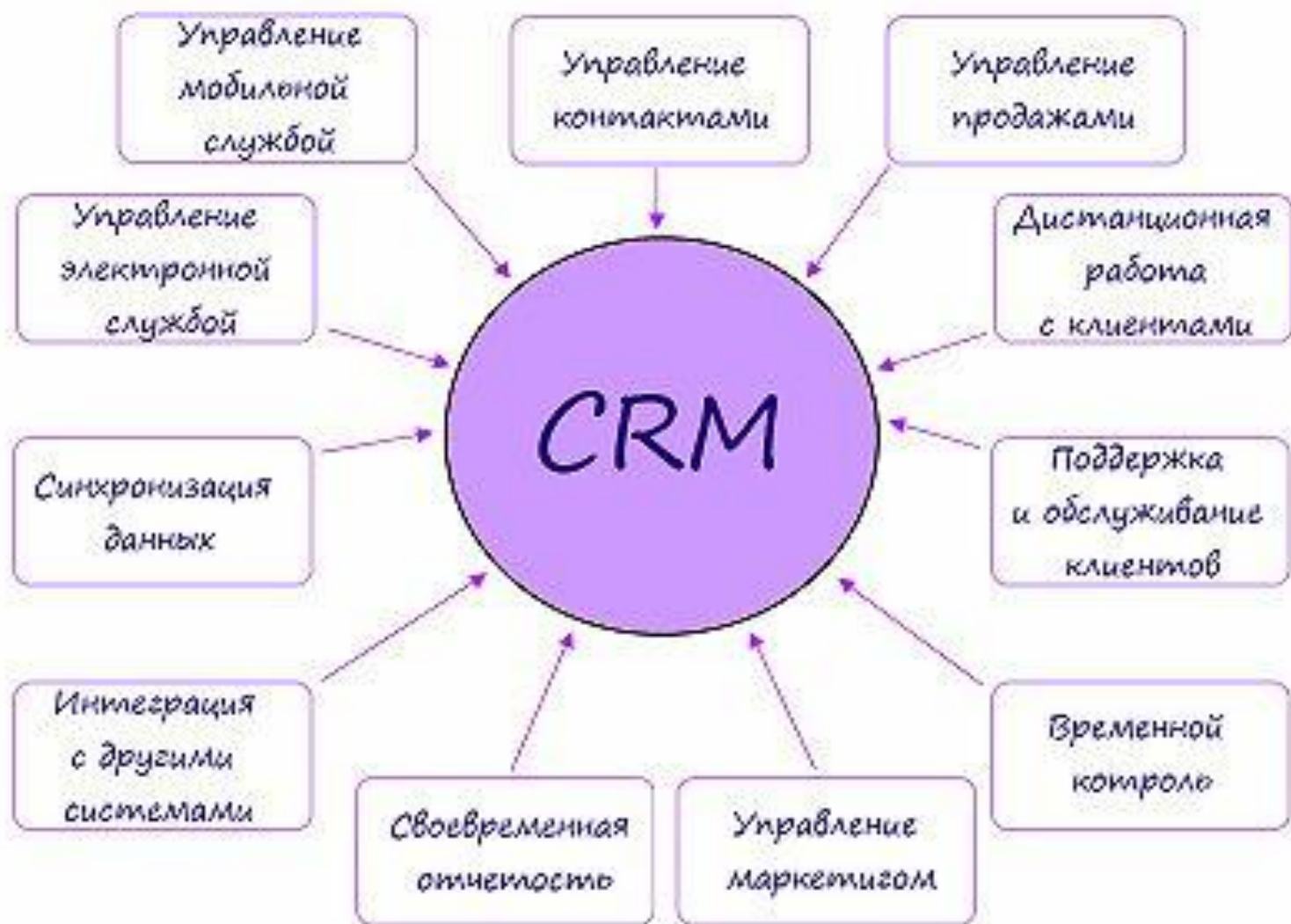
CRM



Основные принципы CRM-системы

- Наличие единого хранилища информации, откуда в любой момент доступны все сведения о предыдущем и планируемом взаимодействии с клиентами.
- Использование всех каналов взаимодействия. Ранее к подобным каналам взаимодействия относили только телефонные звонки, электронную почту, события/встречи, но с активным развитием веб-технологий появились другие каналы взаимодействия: регистрационные формы на веб-сайтах, рекламные ссылки, системы корпоративного веб-чата и т.д.
- Постоянный анализ собранной информации о клиентах и подготовка данных для принятия соответствующих организационных решений. Например, сегментация клиентов на основе их значимости для компании.

Компоненты CRM



Содержание

- CRM – модель (система)
- Что умеет CRM-система?
- Что дает внедрение CRM технологий?
- Виды CRM

CRM



В отделе продаж:

Увеличение прибыли

Увеличивается вероятность заключения сделки

Продавец обладает полной информацией о клиенте и истории продаж

Повышение точности прогнозирования продаж

Снижение издержек

Повышение производительности сотрудников

Снижается текучесть кадров

В маркетинге:

Направленный маркетинг

Информация позволяет эффективно управлять маркетинговой компанией.

Информация позволяет эффективно управлять маркетинговой компанией.

В поддержке клиентов:

Снижение издержек на службу поддержки

Улучшение качества сервиса

Повышение удовлетворенности клиента

Хороший сервис способствует повторным покупкам

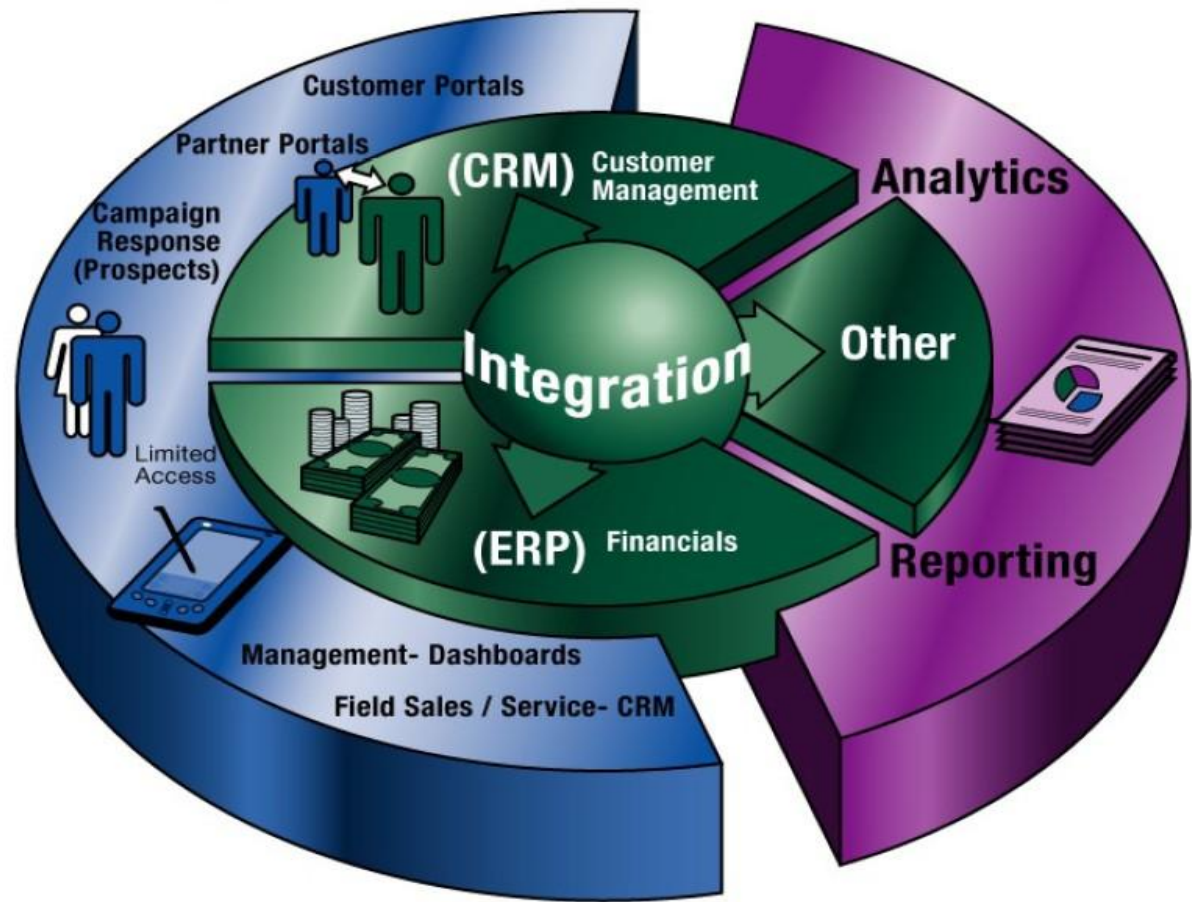
Служба поддержки может приносить прибыль

Содержание

- CRM – модель (система)
- Что умеет CRM-система?
- Что дает внедрение CRM технологий?
- Виды CRM

CRM

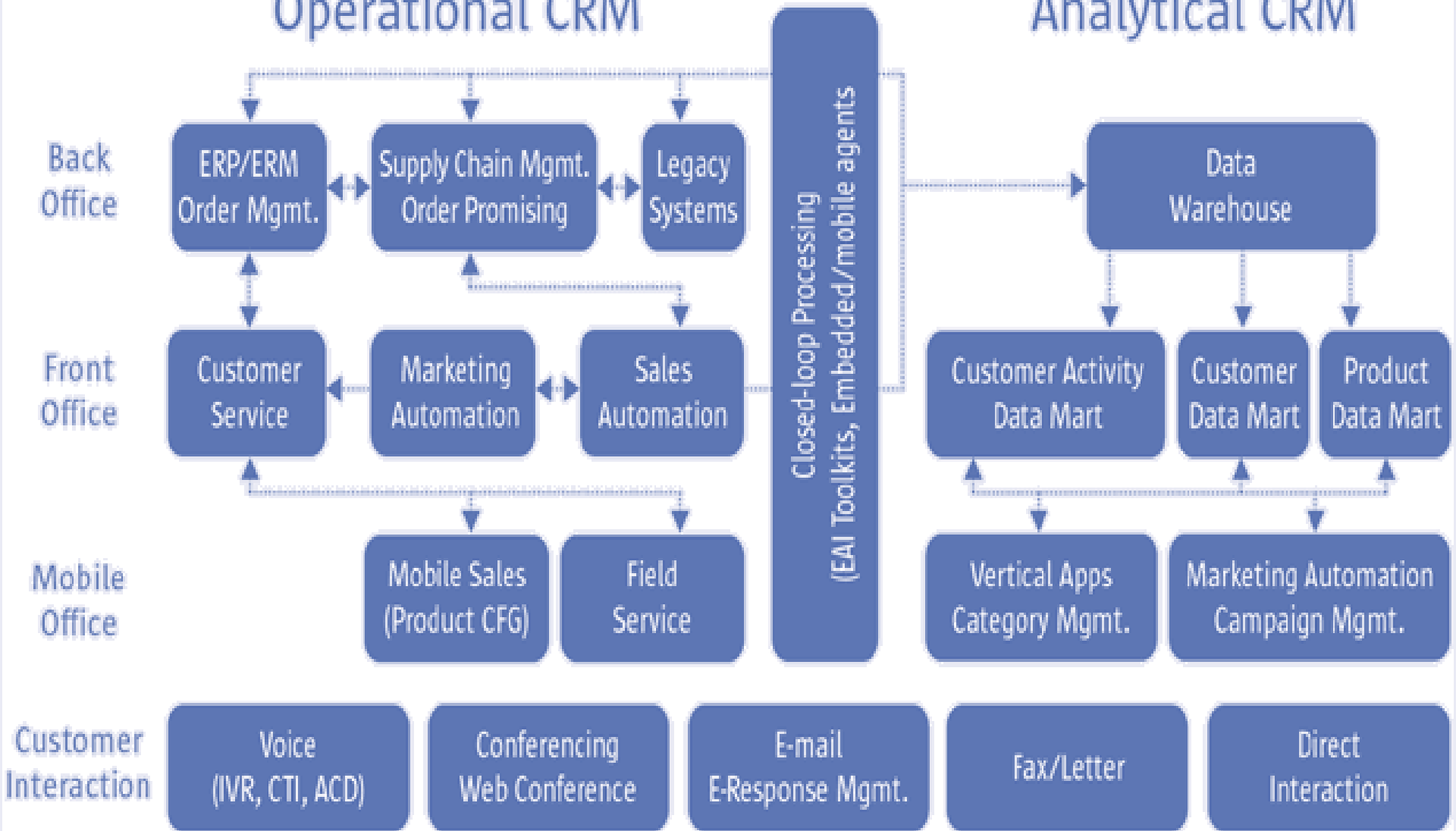




Holistic View of CRM

Operational CRM

Analytical CRM



Collaborative CRM

Вопросы?

