МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ордена Трудового Красного Знамени федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский технический университет связи и информатики»

Кафедра «Корпоративные информационные системы»

Лабораторная работа №3

по дисциплине «CRM-системы»

Выполнил: студент гр.

БПС 2401

Барсукова К. А.

Вариант №3

Принял: Игнатов Д.В.

Содержание

| Практическое задание | 3 |
|----------------------|---|
| Ход работы | 4 |
| Вывол | - |

Практическое задание

Цель: ознакомиться с основным функционалом подсистемы «CRM», научиться работать с лидами.

Задачи:

- 1) Создать 5-10 лидов вручную. С разными видами состояний.
- 2) Создать с каждым из лидов разные виды событий.
- 3) Сформировать отчет «Календарь событий» и «Воронка продаж».

Ход работы

Согласно первому заданию третьей лабораторной работы, я создала 9 лидов с разными видами состояний: «Не обработан», «В работе», «На оплате», «Отправлено КП» (где КП — коммерческое предложение), «Назначена встреча».

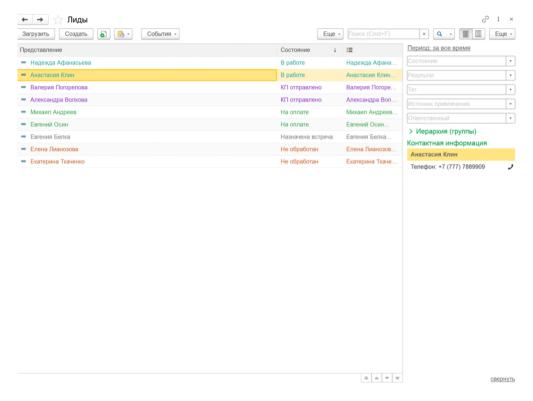


Рисунок 1 - Список лидов

Далее при создании каждого лида создавалось событие. События были разного рода: «телефонный звонок», «письмо», «личная встреча», - и были прикреплены к разным работникам (и их календарям соответственно).

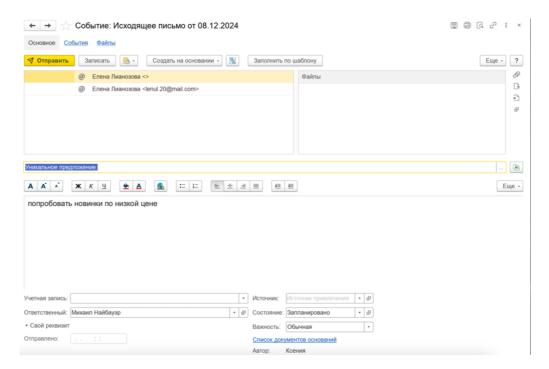


Рисунок 2 - Запланированное событие – Письмо

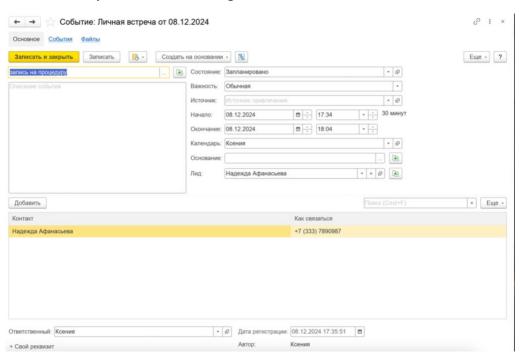


Рисунок 3 - Запланированное событие – Личная встреча

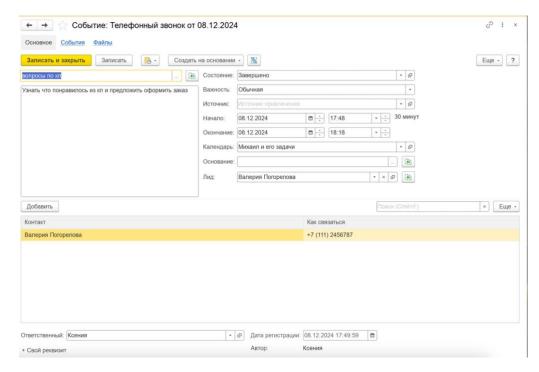


Рисунок 4 - Запланированное событие – Телефонный звонок

Далее на основании проделанной работы с лидами я сформировала отчеты в подсистеме «CRM». Первый отчет - «Календарь событий» был сформирован через подраздел в «CRM» => «Аналитика» => «Отчеты», а второй в «CRM» => «Аналитика» => «Воронка продаж».



Рисунок 5 - Отчет "Календарь событий"

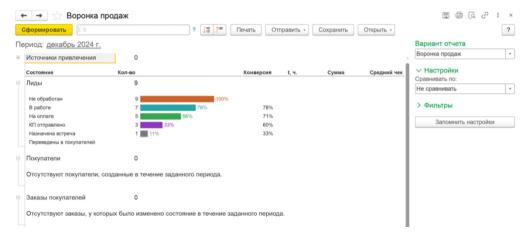


Рисунок 6 - Отчет "Воронка продаж"

Вывод

В ходе выполнения заданий данной лабораторной работы были успешно созданы 9лидов с различными статусами, отражающими разные этапы воронки продаж. Для каждого лида были зафиксированы различные события, что позволило проследить историю взаимодействия. Сформированные отчеты «Календарь событий» и «Воронка продаж» наглядно продемонстрировали эффективность работы с созданными лидами и позволили оценить текущее состояние процесса продаж. Выполнение заданий позволило ознакомиться с основным функционалом СRM-системы в части работы с лидами. Полученные знания и навыки позволяют создавать, управлять и анализировать информацию о потенциальных клиентах, используя инструменты системы.