

## **Специфика внедрения CRM-систем в деятельность риэлтерского бизнеса**

*Крюкова А.А., к.э.н., доцент  
Балабанов Е.С., студент кафедры  
«Цифровая экономика»  
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет телекоммуникаций  
и информатики»  
e-mail: anna.toporkova.76@mail.ru  
Россия, Самара*

**Аннотация:** в статье рассмотрены возможности CRM-систем, которые могут быть использованы риэлтерским бизнесом. Выделены их преимущества, задачи и возможные недостатки/трудности для риэлтерских организаций. Проведен анализ ценовой политики ключевых разработчиков CRM -решений,, ориентированных на риэлторские агентства. В заключении статьи представлены основные выводы по работе.

**Ключевые слова:** риэлтерский бизнес; риелторы; CRM-система; работа с клиентами; клиентский сервис; автоматизация бизнес-процессов; информационные технологии.

В текущих условиях ведения бизнеса, уровень конкуренции на рынке недвижимости РФ способствует процессу, при котором риелторы вынуждены направлять большое количество усилий на удержание существующих, особенно, высокодоходных клиентов, а также на поиск новых потенциальных. В связи с этим фактом является необходимым постоянное отслеживание потребностей покупателей и их предпочтений. Сегодня проблема координации взаимодействия с клиентами стала как никогда актуальной, а ее решение – чрезвычайно важным для компаний, деятельность которых осуществляется в риэлтерском бизнесе [4, с.92].

Более того, современные условия рыночной экономики предполагают, что риэлтерский бизнес интегрирован в общую рыночную систему и подразумевает взаимодействие не только с клиентами, но и с другими сферами бизнеса. Это взаимодействие выражается в весьма емком информационном потоке. В контексте указанного, ежедневно компании приходится обрабатывать огромное количество данных и информации, внедрение информационных технологий, которые могут более быстро и качественно выполнить обработку, является не просто трендом последние пару десятков лет, а скорее необходимостью [1].

Так, информационные технологии используются на всех этапах процесса управления организацией, в том числе и в сфере риэлтерского бизнеса: при планировании, организации, контроле (рисунок 1), но, помимо этого, при управлении производством, сбыте продукции, маркетинге финансов, учета и сотрудничества с клиентами. Непосредственно CRM-система стала лидирующей информационной технологией, благодаря которой идет взаимодействие В2С (предприятие - клиент), кроме того осуществляется управление базой данных.



**Рис. 1. Процесс управления организацией**

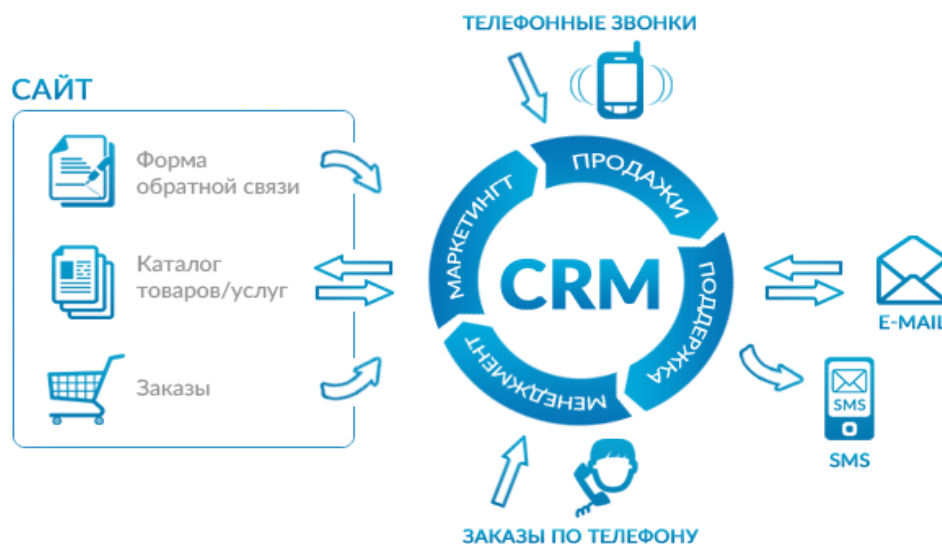
CRM-система - уникальное прикладное программное обеспечение для компаний. Деятельность такого продукта направлена на автоматизацию стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), к примеру, для увеличения количества продаж, совершенствования маркетинга, а также улучшения обслуживания клиентов. С этой целью система позволяет сохранять информацию об уже существующих клиентах и историю сотрудничества с ними, а также искать информацию о новых потенциальных клиентах. Далее собранная информация анализируется программой и разрабатываются рекомендации по совершенствованию и оптимизации бизнес-процессов [2].

Поскольку основная цель риэлтерского бизнеса, как и любого другого, – максимизация прибыли, система позволяет достигнуть этой цели. Стоит отметить, что прибыль находится в прямой зависимости от количества клиентов и объема заказанных товаров и услуг, а значит - для увеличения доходов является крайне важным грамотно налаженная работа с клиентами. CRM-система позволяет обрабатывать гораздо большее количество данных в более короткое время, а значит позволяет получать большую прибыль.

С помощью использования клиентоориентированной технологии, риэлтерский бизнес получает (рисунок 2):

- возможность не потерять потенциальных клиентов;

- контролировать работу сотрудников с клиентами;
- накапливать статистическую информацию и в дальнейшем анализировать ее;
- проводить автоматизацию готовых решений на определенные группы ситуаций.



**Рис. 2. Возможности использования CRM-системы**

Таким образом, риелтор получает инструмент, работающий автоматически с большой массой данных, вручную которую проводит несколько человек (вместо одной программы).

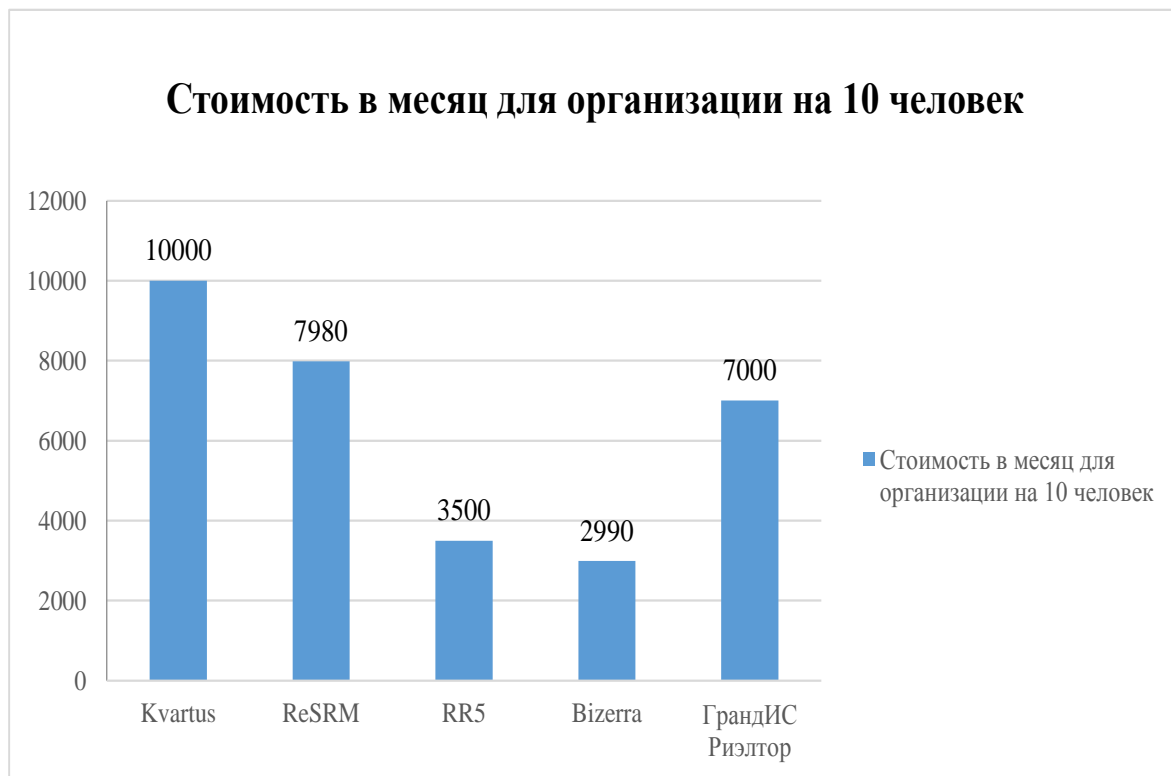
Но, несмотря на это, использование CRM-системы имеет определенные недостатки. К примеру, к ним относятся [3]:

- персоналу нужно освоить систему, что многим сложно;
- остановка работы, если CRM-система выходит из строя.

Кроме того, многие мелкие риэлтерские предприятия России отмечают недостаток в виде высоких затрат на первый пакет услуг данной технологии, но, со временем они полностью себя окупают, ведь все звонки происходят в бесплатном режиме.

В риэлтерском бизнесе клиенты часто задают одни и те же вопросы во время переписки в чатах сайта, поэтому чтобы не тратить ресурсы компаниям, было логично процесс отправки ответов автоматизировать с помощью современных информационных технологий. В первую очередь, речь идет не просто о стандартных инструментах, но и о технологиях искусственного интеллекта, ключевым элементом которых являются чат-боты.

На сегодняшний день, в России существует значительное число CRM-систем, которые адаптированы под риэлтерский бизнес. Но, их выбор, зачастую, происходит исходя не только из качеств программ и информационных возможностей для риелторов, но и исходя из их ценовой политики (график 3).



**Рис. 3. Стоимость аренды CRM-систем в России для риэлтерских организаций на 10 человек, рублей в месяц [5].**

Таким образом, внедрение такой системы в риэлтерский бизнес, а также автоматизация его основных процессов – это весьма эффективный метод улучшения производительности, а также повышения результативности труда компании. Указанные ранее преимущества и задачи, которые решаются с помощью инструментов подобной системы, позволяют охватить различные аспекты деятельности риэлтора, но все они ориентированы на достижение основной цели: помощь в повышении лояльности клиентов [6].

По этой причине, можно отметить, что автоматизация процесса взаимодействия с клиентами – это эффективный метод, который действительно позволяет достигать поставленной цели, однако он нуждается в грамотном управлении квалифицированным специалистом. Практически каждая система позволяет осуществлять индивидуальную настройку и применять более глубокую разработку специальных модулей. Подобное дает возможность не только автоматизировать нужные процессы, но и создавать уникальные методики управления бизнесом. Так, с индивидуальными

настройками CRM-система становится уникальным программным продуктом для риэлтерского бизнеса.

### **Список используемой литературы**

1. Информационный менеджмент. URL:  
<http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/informacionnyu-menedzhment.html> (дата обращения 05.07.2018).
2. Что такое CRM-системы и как их правильно выбирать. URL:  
<https://habrahabr.ru/company/trinion/blog/249633/> (дата обращения 05.07.2018).
3. CRM: преимущества и недостатки. URL:  
<https://www.prostoy.ru/2154.html> (дата обращения 05.07.2018).
4. Крюкова А.А. Алгоритм управления взаимоотношениями с клиентами // Российское предпринимательство. – 2011. – №2-2. – С. 92-98.
5. ТОП 5 риэлтерских CRM-систем России. URL:  
[http://www.crmonline.ru/phparticles/show\\_news\\_one.php?n\\_id=970](http://www.crmonline.ru/phparticles/show_news_one.php?n_id=970) (дата обращения 05.07.2018).
6. Бизнес-процессы агентства недвижимости и CRM-система. URL:  
[http://www.crm-practice.ru/articles/3138/?fb\\_comment\\_id=496902627020268\\_968370896540103#f29821201376c2](http://www.crm-practice.ru/articles/3138/?fb_comment_id=496902627020268_968370896540103#f29821201376c2) (дата обращения 05.07.2018).

Контактный телефон +79021598283