

## Бенчмаркинг и выбор решений

Приобретенные навыки и компетенции:

- Опыт проведения сравнительного анализа рыночных решений (CRM-систем) по заданным критериям.
- Навык оформления результатов бенчмаркинга для обоснования и поддержки принятия управленческих решений.

Заказчик хочет подобрать готовое решение — систему управления взаимоотношениями с клиентами. Он просит вас, как аналитика, найти как минимум четыре варианта, сделать сравнительный анализ и выделить соответствие его требованиям по критериям, важным для заказчика.

ТЗ от заказчика — руководителя отдела продаж

Хочу подобрать систему управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-систему), но их так много на рынке, не могу определиться. В системе предполагается совместная работа трёх отделов общей численностью 54 человека:

1. отдел продаж;
2. отдел маркетинга;
3. отдел управления клиентским сервисом.

Мы вместе осуществляем работы над маркетинговыми проектами, прорабатываем акции, ведём клиентов и собираем обратную связь. Удобнее было бы делать это в общем пространстве. Сейчас не всегда удаётся оперативно получать необходимую информацию. Нужно, чтобы система была адаптирована под мобильные устройства для быстрого доступа.

Мы не хотим забивать память лишними приложениями, поэтому мобильные приложения нам не подойдут. Система должна давать возможность зайти и просмотреть ранее загруженные страницы даже без доступа к интернету. Интеграция с корпоративной почтой строго обязательна. Настройка уведомлений должна быть гибкой.

В самой системе нам важно назначать задачи, указывать их сроки и приоритет, контролировать их выполнение, видеть свои задачи и всю информацию о клиентах и сделках. Система должна быть хорошо защищена. Обязательно должна быть возможность опробовать её в деле бесплатно. Все отчёты по проектам и задачам должны выгружаться в формате Excel. Бюджет на систему — до 75 тысяч в месяц.

С новой системой рассчитываем:

1. отдел маркетинга: сократить трудозатраты на проработку и согласование акций;
2. отдел продаж: повысить скорость обработки заявок клиентов;
3. отдел клиентского сервиса: управлять обращениями от клиентов, получить возможность их структурировать и делить на категории.

## Генерация решений

### Основные требования:

- Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-система) должна поддерживать совместную работу трёх отделов общей численностью 54 человека: отдела продаж, отдела маркетинга и отдела управления клиентским сервисом.
- Возможность интеграции с корпоративной почтой.
- Адаптация под мобильные устройства для быстрого доступа.
- Гибкая настройка уведомлений.
- Назначение задач, указание их сроков и приоритета.
- Контроль выполнения задач.
- Просмотр информации о клиентах и сделках.

- Безопасность данных.
- Бесплатное тестирование системы перед покупкой.
- Выгрузка отчётов в формате Excel.
- Бюджет на систему — до 75 тысяч в месяц.

#### **Проблемы:**

- Отсутствие единого пространства для совместной работы над маркетинговыми проектами.
- Сложности с оперативным получением необходимой информации.
- Не всегда быстрый доступ к данным без подключения к интернету.
- Недостаточная оптимизация рабочих процессов между отделами.
- Риск перегрузки памяти лишними приложениями.
- Необходимость повышения эффективности работы отделов продаж, маркетинга и управления клиентским сервисом.

#### **Цели инициативы:**

- Сокращение трудозатрат на проработку и согласование акций для отдела маркетинга.
- Повышение скорости обработки заявок клиентов для отдела продаж.
- Управление обращениями от клиентов, структурирование и категоризация запросов для отдела клиентского сервиса.

#### **CRM-системы:**

1. **Битрикс24** — это не просто CRM, но и целый набор инструментов для управления бизнесом, включая задачи, проекты, документы, видеозвонки и т. д. Подходит как для крупных компаний, так и для малого бизнеса.

2. **Мегплан** — ещё одна универсальная платформа для управления проектами и задачами, которая также включает в себя функции CRM. Хорошо подходит для команд, которым нужно больше, чем просто управление клиентами.

3. **Pipedrive** — специализированная CRM-система, ориентированная на продажи. Предлагает мощные инструменты для управления воронкой продаж, автоматизации процессов и аналитики.

4. **Zoho CRM** — облачная CRM-система с широким спектром функций, включая автоматизацию маркетинга, управление продажами и обслуживанием клиентов. Подходит для компаний любого размера.

5. **Salesforce** — одна из самых популярных CRM-платформ в мире. Предлагает множество функций для управления взаимоотношениями с клиентами, включая аналитику, автоматизацию и интеграцию с другими сервисами.

6. **HubSpot CRM** — бесплатная CRM-система от HubSpot, предлагающая базовые функции для управления контактами, сделками и маркетингом. Подходит для небольших компаний и стартапов.

7. **Vtiger CRM** — open-source CRM-система, доступная для бесплатного использования. Предлагает широкий спектр функций, включая управление задачами, проектами и клиентами. Подходит для малого и среднего бизнеса.

Определите критерии для сравнения и дайте краткое пояснение, почему выбраны именно они.

Для сравнения CRM-систем можно использовать следующие критерии:

1. *Функциональность.* Этот критерий включает в себя набор функций, которые предоставляет система. Он важен, поскольку разные компании имеют разные потребности и требования к CRM. Например, некоторые компании могут нуждаться в функциях управления проектами, а другие — в функциях аналитики и отчётности.
2. *Интеграция с другими сервисами.* Возможность интеграции с другими популярными сервисами важна для обеспечения бесперебойной работы бизнеса. Это позволяет избежать дублирования данных и упрощает рабочий процесс.
3. *Масштабируемость.* Система должна быть способна адаптироваться под растущие потребности бизнеса. Если компания растёт, система должна быть готова к увеличению количества пользователей и объёмов данных.
4. *Безопасность.* Защита данных от несанкционированного доступа и обеспечение конфиденциальности информации клиентов являются критически важными аспектами. Хорошая система должна иметь надёжные меры безопасности.
5. *Стоимость.* Стоимость владения системой, включая цену лицензии, дополнительные расходы на обслуживание и возможные скрытые платежи, является важным фактором при выборе CRM. Необходимо найти баланс между стоимостью и предоставляемой функциональностью.
6. *Удобство использования.* Интерфейс системы должен быть интуитивно понятным и удобным для пользователей. Это поможет снизить время на обучение и повысить эффективность работы.
7. *Поддержка и обучение.* Наличие качественной технической поддержки и обучающих материалов может существенно повлиять на успешное внедрение и использование системы.
8. *Отзывы и репутация.* Изучение отзывов других пользователей и репутации компании-разработчика может дать представление о надёжности и качестве продукта.

Эти критерии были выбраны, потому что они охватывают основные аспекты, важные для успешного внедрения и использования CRM-системы в бизнесе. Они помогают оценить, насколько хорошо система соответствует потребностям и целям компании, а также её способность поддерживать и способствовать росту бизнеса.

Для оценки CRM-систем по выбранным критериям можно использовать следующую шкалу:

1. *Функциональность:*
  - 0–5 баллов — базовая функциональность без дополнительных модулей;
  - 6–10 баллов — наличие основных и дополнительных функций, таких как управление проектами, задачами, маркетингом, продажами и обслуживанием клиентов;
  - 11–15 баллов — продвинутые функции, включая аналитику, отчётность, интеграцию с другими сервисами.
2. *Интеграция с другими сервисами:*
  - 0–3 балла — отсутствие интеграции или интеграция только с несколькими сервисами;

4–7 баллов — интеграция с популярными сервисами, такими как электронная почта, календарь, социальные сети;

8–10 баллов — глубокая интеграция с большим количеством сервисов, включая специализированные платформы.

3. Масштабируемость:

0–3 балла — система не адаптируется под растущие потребности бизнеса;

4–7 баллов — ограниченная масштабируемость, подходит для небольших команд или проектов;

8–10 баллов — высокая масштабируемость, система готова к увеличению количества пользователей и объёмов данных.

4. Безопасность:

0–3 балла — недостаточные меры безопасности, высокий риск утечки данных;

4–7 баллов — стандартные меры безопасности, такие как шифрование данных и аутентификация пользователей;

8–10 баллов — передовые меры безопасности, включая многофакторную аутентификацию и регулярные аудиты безопасности.

5. Стоимость:

0–3 балла — высокая стоимость владения системой, включая цену лицензии и дополнительные расходы;

4–7 баллов — средняя стоимость, баланс между ценой и предоставляемой функциональностью;

8–10 баллов — низкая стоимость, доступные цены и выгодные условия лицензирования.

6. Удобство использования:

0–3 балла — сложный интерфейс, требующий длительного обучения;

4–7 баллов — интуитивно понятный интерфейс, лёгкость в освоении для новых пользователей;

8–10 баллов — удобный и привлекательный интерфейс, минимизирующий необходимость обучения.

7. Поддержка и обучение:

0–3 балла — отсутствует техническая поддержка и обучающие материалы;

4–7 баллов — доступна базовая техническая поддержка, есть некоторые обучающие ресурсы;

8–10 баллов — качественная техническая поддержка, обширные обучающие программы и материалы.

8. Отзывы и репутация:

0–3 балла — негативные отзывы, низкая репутация компании-разработчика;

4–7 баллов — смешанные отзывы, средняя репутация;

8–10 баллов — положительные отзывы, высокая репутация, доверие со стороны пользователей.

## Бенчмаркинг

Для проведения бенчмаркинга необходимо выбрать критерии оценки и сравнить выбранные CRM-системы по этим критериям.

Критерии оценки:

1. **Функциональность.** Какие функции предоставляет каждая система? Например, есть ли возможность отслеживать взаимодействие с клиентами, управлять задачами, анализировать эффективность работы, собирать обратную связь и т. д.?
2. **Интеграция с другими сервисами.** Может ли система быть интегрирована с другими инструментами, такими как email-рассылки, социальные сети, веб-аналитика и т. п.?
3. **Стоимость.** Сколько стоит каждая система? Есть ли бесплатные версии или пробные периоды?
4. **Удобство использования.** Насколько легко использовать каждую систему? Есть ли обучающие материалы или поддержка пользователей?
5. **Безопасность.** Как обеспечивается защита данных в системе?
6. **Отчёты.** Можно ли выгружать отчёты в формате Excel?
7. **Пробный период.** Предоставляется ли бесплатный пробный период?

Результаты в виде таблицы.

Критерии	Битрикс24	SberCRM	Pipedrive	Мегаплан
<b>Функциональность</b>	Широкий спектр функций для управления взаимоотношениями с клиентами и совместной работы над проектами	Управление взаимоотношениями с клиентами, автоматизация продаж и маркетинга, сбор обратной связи	Создание воронок продаж, отслеживание взаимодействия с клиентами, управление задачами	Организация работы команды и управления проектами, управление взаимоотношениями с клиентами
<b>Интеграция с другими сервисами</b>	Поддерживает интеграцию с корпоративной почтой и другими сервисами, такими как email-рассылки, социальные сети, веб-аналитика	Интегрируется с корпоративными почтовыми сервисами	Адаптирована под мобильные устройства, работает офлайн и интегрируется с корпоративной почтой	Интеграция с электронной почтой предусмотрена

<b>Стоимость</b>	В Битрикс24 есть бесплатный тариф без ограничений по количеству пользователей и времени использования. * Платные тарифы предусмотрены для компаний, использующих дополнительные возможности (интеграция с 1С, экстранет, свой домен для портала и т.д.). Минимальный платный тариф – 1 990 рублей в месяц. До 75 тысяч в месяц	Есть бесплатная версия для сферы услуг с ограниченной функциональностью. Стоимость подписки начинается от 500 ₽ в месяц за пользователя. До 75 тысяч в месяц	12\$ за пользовательский месяц До 75 тысяч в месяц	· «Совместная работа+» — от 454 ₽ в месяц; · «CRM: Лайт» — от 629 ₽ в месяц; · «CRM: Клиенты и продажи+» — от 769 ₽ в месяц; · «CRM: Бизнес» — от 1049 ₽ в месяц. Есть тарифы специально для команд до 5 человек до 100 человек, а также безлимитные решения. До 75 тысяч в месяц
<b>Удобство использования</b>	Есть обучающие материалы и поддержка пользователей	Есть обучающие материалы и поддержка пользователей	Есть обучающие материалы и поддержка пользователей	Есть обучающие материалы и поддержка пользователей
<b>Безопасность</b>	Хорошо защищена	Соответствует современным стандартам безопасности	Хорошо защищена	Хорошо защищена
<b>Отчёты.</b>	Можно выгружать в формате Excel	Все отчёты по проектам и задачам доступны для выгрузки в формате Excel	Экспорт отчётов в Excel доступен	Экспорт отчётов в Excel доступен
<b>Пробный период</b>	Есть бесплатный пробный период	нет	Есть бесплатная пробная версия системы 30 дней	Есть бесплатный пробный период 14 дней

## Анализ и выводы

Исходя из проведённого сравнительного анализа, можно сделать следующие выводы:

1. Битрикс24, SberCRM, Pipedrive и Мегаплан соответствуют основным требованиям заказчика по функциональности, безопасности, отчётам и наличию пробного периода. Все эти системы предоставляют возможность назначать задачи, устанавливать сроки и приоритеты, отслеживать выполнение задач и получать доступ к информации о клиентах и сделках.
  2. Интеграция с другими сервисами предусмотрена в каждой из систем, что позволяет расширить их функциональность и адаптировать под конкретные потребности компании. Однако конкретные возможности интеграции могут различаться в зависимости от выбранной системы.
  3. Стоимость всех рассмотренных CRM-систем находится в пределах установленного бюджета (до 75 тысяч рублей в месяц), что делает их доступными для компании.
  4. Удобство использования также является важным фактором при выборе CRM-системы. Все рассмотренные варианты предоставляют обучающие материалы и поддержку пользователей, что может облегчить процесс внедрения и использования системы.
  5. Пробный период предоставляет возможность протестировать систему перед принятием окончательного решения о её внедрении. Это позволяет оценить соответствие системы требованиям и ожиданиям компании.
- Таким образом, все рассмотренные CRM-системы имеют свои преимущества и недостатки

Основываясь на выводах, можно предложить следующее решение:

- Для начала стоит выбрать одну или две CRM-системы, которые наиболее полно отвечают требованиям заказчика и его ожиданиям. Например, Битрикс24 и SberCRM. Эти системы предлагают широкий спектр функций, включая интеграцию с корпоративной почтой и другими сервисами, а также возможность выгрузки отчётов в формате Excel.
- После выбора системы необходимо провести тестирование, чтобы оценить удобство использования, функциональность и соответствие требованиям. Тестирование должно включать оценку работы системы на различных устройствах, проверку интеграции с другими сервисами и анализ качества отчётов.
- По результатам тестирования следует принять окончательное решение о внедрении CRM-системы и начать процесс её интеграции в работу компании. Важно уделить внимание обучению сотрудников работе с новой системой, чтобы обеспечить её эффективное использование.
- Это решение позволит заказчику выбрать наиболее подходящую CRM-систему, которая будет соответствовать его требованиям и поможет достичь поставленных целей.