|  |
| --- |
| МИНОБРНАУКИ РОССИИ |
| Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования **«МИРЭА − Российский технологический университет»**  **РТУ МИРЭА** |

**Институт информационных технологий (ИИТ)**

**Кафедра цифровой трансформации (ЦТ)**

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ**

по дисциплине «Информационные системы управления корпоративным контентом и взаимоотношениями с клиентами»

**Практическое занятие № 2**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Студент группы ИНБО-01-17 | *ИНБО-12-23 Албахтин И.В.* | (подпись) | |
| Преподаватель | *Копылова Яна Антоновна* | (подпись) | |
| Отчет представлен | «19» сентября 2025 г. | |  | |

Москва 2025 г.

**Цель занятия:** Разобраться в особенностях специализированных CRM-систем для разных отраслей и научиться анализировать их преимущества и ограничения по сравнению с универсальными платформами.

**Постановка задачи:** На основе изучения российских отраслевых CRM-систем (МЕДИАЛОГ для медицины, RetailCRM для ритейла и e-commerce, а также Битрикс24 CRM с отраслевыми модулями для строительства) выполнить сравнительный анализ с универсальными CRM. Для каждой системы определить целевую аудиторию, ключевые функции, отличающие её от универсальных решений, примеры внедрения. Определить преимущества и ограничения отраслевых CRM, составить таблицу отличий и сделать выводы о случаях, когда целесообразно использовать отраслевые решения, а когда универсальные CRM.

**Результат работы:**

CRM-системы (Customer Relationship Management) являются одним из ключевых инструментов цифровой трансформации бизнеса. По данным Tadviser, в России рынок CRM ежегодно растёт на 15–20%, при этом наблюдается тенденция к увеличению доли отраслевых решений. Это объясняется тем, что универсальные CRM-платформы (такие как Bitrix24, amoCRM, Salesforce) хотя и обеспечивают широкую функциональность, но не всегда учитывают специфику конкретных бизнес-процессов. В то же время отраслевые CRM создаются именно с учётом требований определённой сферы (медицины, ритейла, строительства и др.), что позволяет внедрять их быстрее и эффективнее.

По данным CNews, более 60% средних и крупных компаний в России хотя бы в одном бизнес-направлении используют отраслевые CRM или специализированные модули, тогда как для малого бизнеса чаще подходят универсальные продукты. В отчёте рассмотрены три отраслевые CRM, наиболее востребованные в своих сферах: МЕДИАЛОГ (медицина), RetailCRM (ритейл, e-commerce) и Битрикс24 с отраслевым модулем для строительства.

Анализ отраслевых CRM:

1. МЕДИАЛОГ (для медицины)

**Целевая аудитория:** частные и государственные клиники, медицинские центры, больницы.

**Ключевые функции:** электронная карта пациента, расписание врачей, запись и напоминания, интеграция с лабораториями и медоборудованием, биллинг по ОМС/ДМС, личный кабинет пациента, телемедицина.

**Примеры внедрения:** сеть клиник «Медси» (совместный проект с Ростелекомом по внедрению «Медиалог 2.0»).

**Статистика:** По данным разработчика, системой МЕДИАЛОГ пользуются более **700 клиник** в России, включая федеральные центры.

**Сравнение с универсальными CRM:** Универсальные системы не имеют встроенных медицинских модулей. В то время как в МЕДИАЛОГ врач сразу получает доступ к истории болезни и результатам анализов, в универсальной CRM это потребовало бы дорогой доработки.

1. RetailCRM (для ритейла и e-commerce)

**Целевая аудитория:** интернет-магазины, сети розничной торговли, продавцы на маркетплейсах.

**Ключевые функции:** управление заказами и товарами, омниканальные продажи (сайт, мессенджеры, маркетплейсы), программы лояльности, триггерные рассылки, интеграции с доставкой и платёжными системами, аналитика продаж.

**Примеры внедрения:** используется более чем 25 000 магазинами; входит в топ-10 российских CRM по версии Tadviser/Сколково.

**Статистика:** По данным компании, более **68 000 активных пользователей** ежедневно работают в системе.

**Сравнение с универсальными CRM:** В отличие от amoCRM или Bitrix24, RetailCRM изначально заточена под онлайн-торговлю. Универсальная CRM может вести сделки, но не управлять складом и доставкой «из коробки». RetailCRM же полностью закрывает задачи e-commerce.

1. Битрикс24 (модуль для строительства)

**Целевая аудитория:** строительные компании, девелоперы, агентства недвижимости, подрядчики.

**Ключевые функции:** учёт объектов строительства (дома, квартиры), контроль этапов стройки, интеграция с 1С, «шахматка» квартир, управление подрядчиками, учёт смет, отдельные воронки продаж по типам проектов.

**Примеры внедрения:** инвестиционно-строительная компания ООО «САС» (внедрена интеграция с 1С, модуль «Шахматка»).

**Статистика:** По данным партнёров Битрикс24, более 300 строительных компаний в РФ используют специализированные модули CRM для управления проектами.

**Сравнение с универсальными CRM:** Универсальные CRM фиксируют сделки и клиентов, но не имеют встроенного модуля «шахматка» и учёта объектов. Это требует внешних решений, тогда как в отраслевой версии всё интегрировано.

*Таблица 1 – Сравнительная таблица «Отраслевая CRM – Отличительные*

*функции – Преимущества – Ограничения»*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Отраслевая CRM** | **Отличительные функции** | **Преимущества** | **Ограничения** |
| **МЕДИАЛОГ (медицина)** | Медкарта, расписание, интеграция с оборудованием, ОМС/ДМС | Полное покрытие процессов клиники, соответствие норм | Узкая сфера, сложность внедрения |
| **RetailCRM (ритейл)** | Заказы, каталог, маркетплейсы, программы лояльности | Готовое решение для e-commerce, рост повторных продаж | Не подходит для B2B, требует настройки |
| **Битрикс24 (стройка)** | Объекты стройки, сметы, подрядчики, «шахматка» | Гибкость, связка с 1С, контроль проектов | Требует кастомизации, часть функций платные |

**Преимущества и недостатки отраслевых CRM:**

Преимущества:

* высокая степень адаптации под отрасль,
* соблюдение нормативных требований (например, в медицине – ФЗ «О персональных данных»),
* ускоренное внедрение,
* наличие лучших отраслевых практик.

Недостатки:

* узкая специализация,
* дороговизна и сложность внедрения,
* зависимость от конкретного вендора,
* трудности интеграции с другими системами.

**Заключение**

Отраслевые CRM целесообразно внедрять в сферах с уникальными бизнес-процессами: медицина, e-commerce, строительство. Они позволяют быстро повысить эффективность и избежать затрат на кастомизацию универсальных решений. Однако универсальные CRM лучше подходят для малого бизнеса и компаний с разнопрофильной деятельностью, где важна гибкость и низкая стоимость внедрения.

**Вывод:**

В ходе работы были изучены три российские отраслевые CRM-системы: МЕДИАЛОГ (медицина), RetailCRM (ритейл и e-commerce), Битрикс24 с модулем для строительства. Были выявлены их особенности и отличительные функции по сравнению с универсальными CRM. Составлена сравнительная таблица «Отраслевая CRM – Отличительные функции – Преимущества – Ограничения». Установлено, что отраслевые CRM обеспечивают глубокую адаптацию под специфические бизнес-процессы, но обладают ограниченной универсальностью и требуют сложного внедрения. Универсальные CRM более гибки и масштабируемы, но не всегда охватывают уникальные процессы отрасли. Сделан вывод: отраслевые CRM целесообразно применять в строго специализированных сферах (медицина, строительство, e-commerce), а универсальные — в компаниях с разнообразной деятельностью или при ограниченных ресурсах.

**Список использованных источников и литературы:**1. Официальный сайт МЕДИАЛОГ: https://post-modern.ru  
2. CNews: «Ростелеком и „Медси“ начали переход на „Медиалог 2.0“» https://www.cnews.ru/news/line/2025-05-13\_rostelekom\_i\_medsi  
3. Официальный сайт RetailCRM: https://retailcrm.ru  
4. In-Scale: «RetailCRM – CRM-система для интернет-магазина» https://in-scale.ru/blog/obzor-retailcrm  
5. Официальный сайт Битрикс24: https://www.bitrix24.ru  
6. TAdviser: Рейтинг российских CRM-систем 2024 https://www.tadviser.ru  
7. Rinigroup: «10 лучших CRM для малого бизнеса в 2023 году» https://rinigroup.ru/blog/10-luchshih-crm