

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»
Институт компьютерных наук

«Цифровая экономика и процессное управление предприятием»

«Модуль CRM и маркетинг. Продажи 1С:ERP и 1С:CRM»

Направление подготовки:

09.03.01 «Информатика и вычислительная техника»/

09.03.03. «Прикладная информатика»

Выполнила:

Буланова В.П.

(Ф.И.О. студента)

БИВТ-22-3

(№ группы)

01.04.2024

(дата сдачи)

Подпись: _____

Проверил:

Крючкова М.О.

(Ф.И.О преподавателя)

(оценка)

(дата проверки)

Подпись: _____

Содержание

1. Введение.....	3
2. Обзор основных возможностей системы.....	3
3. Основные функции системы.....	5
4. Внедрение.....	5
5. Применение системы в бизнес-процессах.....	6
6. Заключение	8
7. Список литературы	9

1. Введение

В современном динамичном бизнес-мире эффективное управление клиентскими отношениями и маркетинговыми стратегиями становится ключевым фактором успеха для компаний во всех отраслях. Для достижения этой цели многие компании обращаются к автоматизированным решениям, таким как системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). Одним из ведущих поставщиков таких решений является компания 1С с ее популярными программными продуктами 1С:ERP и 1С:CRM.

В данном докладе мы сосредоточимся на модуле CRM и маркетинг, входящем в состав систем 1С:ERP и 1С:CRM, и рассмотрим его возможности в контексте автоматизации бизнес-процессов. Мы рассмотрим основные функции и возможности этого модуля, подробности внедрения системы, а также способы ее применения в различных сферах бизнеса.

Данный анализ позволит нам лучше понять, как системы 1С могут помочь компаниям повысить эффективность своей деятельности, улучшить обслуживание клиентов и достичь большей конкурентоспособности на рынке.

2. Обзор основных возможностей системы

Система 1С:ERP и 1С:CRM предоставляет компаниям широкий набор функциональных возможностей для управления ресурсами предприятия и клиентскими отношениями. Вот более развернутый обзор основных возможностей этих систем:

Управление клиентской базой данных: Система позволяет хранить и обрабатывать различные данные о клиентах, включая контактную информацию, историю взаимодействия, предпочтения и интересы. Это позволяет компаниям более глубоко понимать своих клиентов и эффективнее взаимодействовать с ними. Например, система может предоставить информацию о предыдущих покупках

клиента, его предпочтениях и интересах, что поможет персоналу продаж лучше настроиться на клиента и предложить ему наиболее подходящие товары или услуги.

Маркетинговые инструменты: Система предоставляет инструменты для планирования, запуска и отслеживания маркетинговых кампаний. Например, она позволяет создавать email-рассылки с персонализированным контентом для клиентов, управлять рекламными материалами, проводить анализ эффективности рекламных акций и промо-акций. Это помогает компаниям эффективно привлекать новых клиентов и удерживать существующих.

Управление продажами: Система помогает автоматизировать процесс управления продажами. Например, она позволяет отслеживать сделки, формировать заказы, управлять ценами и скидками для различных клиентов и категорий товаров, а также анализировать продажи и прогнозировать спрос. Это помогает компаниям эффективнее планировать продажи и принимать решения на основе данных.

Аналитика и отчетность: Система предоставляет встроенные инструменты аналитики и отчетности, которые позволяют компаниям анализировать данные о клиентах, продажах и маркетинговых активностях. Например, компания может получить отчет о продажах по различным категориям товаров, по клиентам или по регионам. Это помогает принимать более обоснованные решения и оптимизировать бизнес-процессы.

Интеграция с другими системами: Система обладает гибкой интеграцией с другими внешними системами, такими как системы учета, электронная почта, социальные сети и другие приложения. Например, она может автоматически обмениваться данными о заказах или платежах с системой учета, что обеспечивает целостность данных и синхронизацию информации между различными бизнес-процессами.

В целом, системы 1C:ERP и 1C:CRM предоставляют компаниям интегрированный набор функций для эффективного управления ресурсами предприятия и клиентскими отношениями. Они помогают компаниям лучше понимать своих клиентов, оптимизировать продажи и маркетинговые активности,

принимать обоснованные решения и синхронизировать информацию между различными бизнес-процессами.

3. Основные функции системы

- Управление контактами и историей взаимодействия с клиентами.
- Планирование и запуск маркетинговых кампаний.
- Отслеживание сделок и заказов.
- Анализ продаж и маркетинговых активностей.
- Прогнозирование спроса и планирование производства.

4. Внедрение

Внедрение системы и 1С:CRM с модулем CRM и маркетинг требует тщательного планирования и адаптации к специфике каждой компании. Основные этапы внедрения включают:

Анализ бизнес-процессов: Этот этап начинается с определения требований и особенностей компании, выявления ключевых процессов, которые можно оптимизировать с помощью системы. Проводится анализ текущих бизнес-процессов, идентифицируются проблемные места и потенциальные области улучшения.

Настройка и кастомизация: На этом этапе происходит настройка системы с учетом специфики бизнеса компании. Конфигурируются модули CRM и маркетинг в соответствии с требованиями клиента. Также происходит кастомизация интерфейса и функционала системы для более удобного использования.

Обучение персонала: Этот этап включает проведение обучения сотрудников компании по использованию системы и ее основным функциям. Пользователям предоставляются инструкции, проводятся тренинги и практические занятия, чтобы они освоили все возможности системы и могли эффективно использовать ее в своей работе.

Тестирование и запуск: На этом этапе проводится тестирование функционала системы на пилотном проекте или в ограниченной группе сотрудников. По результатам тестирования корректируются возможные ошибки или несоответствия требованиям компании. После устранения всех недочетов система запускается на всех уровнях компании.

Поддержка и сопровождение: После запуска системы в эксплуатацию осуществляется постоянная поддержка и сопровождение. В случае возникновения проблем пользователи могут обратиться в службу поддержки для получения помощи. Также система регулярно обновляется и совершенствуется, чтобы учитывать изменения в бизнес-процессах или появление новых требований.

В целом, внедрение системы 1C:ERP и 1C:CRM с модулем CRM и маркетинг требует комплексного подхода и учета специфики каждой компании. Важно провести тщательный анализ бизнес-процессов, настроить систему под требования компании, обучить персонал и обеспечить постоянную поддержку и сопровождение системы для эффективного ее использования.

5. Применение системы в бизнес-процессах

Система 1C:ERP и 1C:CRM с модулем CRM и маркетинг может быть применена в различных бизнес-процессах для оптимизации и улучшения работы компании. Рассмотрим более подробно, как система может быть использована в следующих бизнес-процессах:

Управление клиентским сервисом и поддержкой: Система CRM позволяет вести учет клиентов, их контактной информации, истории общения, условий сотрудничества и многое другое. Модуль CRM также предоставляет средства для эффективного управления запросами и проблемами клиентов, включая тикет-систему и возможность отслеживания статуса обращений. Это помогает компании предоставлять высококачественный и своевременный клиентский сервис, улучшает коммуникацию с клиентами и повышает удовлетворенность клиентов.

Маркетинговое планирование и анализ рынка: Система CRM позволяет проводить анализ и планирование маркетинговых кампаний. Она предоставляет функционал для сегментации клиентской базы, определения целевых аудиторий и разработки персонализированных маркетинговых стратегий. Модуль CRM также предоставляет возможность анализировать эффективность маркетинговых кампаний, отслеживать ключевые показатели успеха и принимать решения на основе данных.

Управление продажами и клиентскими отношениями: Система CRM позволяет эффективно управлять процессом продаж, начиная от создания и отслеживания сделок до закрытия и контроля результатов. Модуль CRM предоставляет функционал для планирования и отслеживания продаж, управления лидами и контактами, а также для управления коммуникацией с клиентами во время процесса продаж. Это позволяет компании улучшить качество обслуживания клиентов, повысить конверсию и увеличить объем продаж.

Анализ эффективности маркетинговых кампаний и стратегий: Система CRM предоставляет возможность анализировать эффективность маркетинговых кампаний и стратегий на основе собранных данных. Модуль CRM позволяет отслеживать ключевые показатели успеха, такие как конверсия, количество сделок, средний чек и другие. Это помогает компании оценить эффективность своих маркетинговых усилий, выявить слабые места и принять меры для их устранения.

Система 1C:ERP и 1C:CRM с модулем CRM и маркетинг предоставляет компаниям инструменты для эффективного управления клиентским сервисом, проведения маркетинговых кампаний, управления продажами и анализа эффективности бизнес-процессов. Она помогает улучшить коммуникацию с клиентами, повысить удовлетворенность клиентов и увеличить объем продаж.

6. Заключение

Системы 1С:ERP и 1С:CRM с модулем CRM и маркетинг представляют собой мощный инструмент для автоматизации бизнес-процессов и управления клиентскими отношениями. Эффективное внедрение и использование системы помогает компаниям улучшить свою конкурентоспособность, повысить уровень обслуживания клиентов и увеличить прибыльность бизнеса.

7. Список литературы

1. Фирма «1С» (1c.ru)
2. Руководство-пользователя-83.004.04.pdf (master1c8.ru)