

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/277138084>

# Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите (CRM Systems)

Book · June 2013

DOI: 10.13140/RG.2.1.3082.6404

CITATIONS

0

READS

1,723

3 authors, including:



**Nadezhda Filipova**  
University of Economics - Varna

36 PUBLICATIONS 9 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



**Yanka Aleksandrova**  
University of Economics - Varna

32 PUBLICATIONS 94 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



„Developing the innovative methodology of teaching Business Informatics [View project](#)



ARCHITECTURE OF ANALYTICAL CRM SYSTEM [View project](#)



Европейски съюз

„РАЗВИТИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ” 2007-2013

Договор: BG051PO001-4.3.04-0036



Европейски социален фонд

**Икономически университет - Варна**

**СИСТЕМИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА  
ВЗАИМООТНОШЕНИЯТА С  
КЛИЕНТИТЕ**

**ЕЛЕКТРОНЕН УЧЕБНИК**

**Надежда Манчева Филипова**

**Филчо Генчев Филипов**

**Янка Георгиева Александрова**

**Варна**

**2013**

## УВОД

---

Софтуерните системи за управление на взаимоотношенията с клиентите, известни още като CRM системи или CRM пакети, се използват за съхраняване на огромната по обем информация за клиентите на фирмите, за ускоряване на достъпа до нея, за извършване на разнообразни анализи на данните за клиентите и реализираните продажби, което е база за вземане на успешни управленски решения. С развитието на съвременните концепции и стилове на управлението, значението и обхватът на CRM системите нарастват изключително много, понеже те дават възможност за персонализиране на взаимоотношенията с клиентите, за интегриране на редица иновативни възможности на информационните технологии като използване на различни канали за комуникация, връзка със социалните мрежи и с географските информационни системи и др.

CRM системите намират приложение в различни сектори на икономиката, в предприятия с различен размер и предмет на дейност, вкл. търговски фирми, производствени предприятия, фирми в сферата на услугите, банкови и финансови институции и т.н. Те се използват в различни отдели и офиси на компанията, особено подходящи са и за мобилните работни места, които намират все по-широко приложение. Макар че се наричат системи за управление на взаимоотношенията с клиентите, тези системи вече може да се използват и за управлението на взаимоотношенията с партньорите и с доставчиците. Те са подходящи също така за управление на взаимодействието между служителите при реализирането на бизнес целите и бизнес процесите в организацията.

Същевременно трябва да се отбележи, че конкуренцията в област на CRM продуктите е огромна, а броят на предлаганите продукти се измерва в стотици. Не случайно всички ИТ компании с водещи позиции в софтуерната индустрия – като SAP, Oracle, Microsoft - разработват и предлагат CRM решения.

Казаното по-горе показва, че CRM системите се приемат и от бизнеса, и от ИТ фирмите като иновативна технологии, в развитието на която следва да се правят сериозни инвестиции. В съвременните условия те са едни от най-широко използваните приложни системи, като търсенето на специалисти в областта на тяхното използване, поддържане и администриране бързо нараства. Това потвърждава и актуалността на дисциплината „Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите“, включена в учебния план на специалност „ИТ иновации в бизнеса“.

**Основната цел** на дисциплината „Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите“ е да се запознаят студентите с ролята и възможностите на тези системи, с техните основни концепции и функции, с архитектурата им.

**Очакваните резултати** от обучението по дисциплината са свързани с формирането на знания за значението на CRM системите, за придобиването и внедряването им, за тяхната организация. Същевременно в курса се изграждат практически умения за използването на една от най-популярните CRM системи – Microsoft Dynamics CRM. Придобитите знания и умения може да се приложат във фирми, в които се използват подобни системи или предстои внедряването им, а, както бе посочено, техният брой непрекъснато нараства. Това създава добри перспективи за реализацията на студентите, преминали обучение по дисциплината, за увеличаване на техните конкурентни предимства на пазара на труда.

Съдържанието на дисциплината отразява съвременните достижения в областта на информационните системи и, в частност, на CRM системите, като е направен опит за изграждане на стабилен фундамент за тяхното усвояване и практическо прилагане.

Въвеждащите теми в курса са насочени към изясняване на ролята на CRM системите и на тяхното място в корпоративната информационна система и във веригата на доставка. В следващите теми вниманието се насочва към системата Microsoft Dynamics CRM. Представят се организацията и основните

елементи на нейния потребителски интерфейс, специално внимание е отделено на работното място, което е една иновативна възможност. По-нататък са представени градивните елементи на системата и възможностите на основните ѝ модули – Маркетинг, Продажби, Услуги. Разгледани са възможностите за представяне на резултатна информация, за дефиниране на потребителски отчети. В заключителната тема на дисциплината е поставен акцент върху процеса на внедряване на CRM системите, който трябва да се познава добре като от ИТ специалистите, така и от потребителите, защото те имат важна роля в него.

С цел по-добро възприемане на учебния материал, той е онагледен с множество примери, таблици, фигури, екрани.

**Учебникът е предназначен** за студенти в магистърска степен на обучение в Икономически университет – Варна, по специалност „ИТ иновации в бизнеса“, които изучават дисциплината „Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите“ чрез дистанционна форма.

**Автори на електронния учебник са:**

Доц. д-р Надежда Манчева Филипова

Доц. д-р Филчо Генчев Филипов

Гл. ас. Янка Георгиева Александрова

Участието на авторите в написването на учебника е както следва:

Доц. д-р Надежда Манчева Филипова – Увод; Теми: 1, 2, 3, 5, 8, 9, 15;  
Тестове: 1, 2, 3, 5, 8, 9, 15

Доц. д-р Филчо Генчев Филипов – Теми: 4, 6, 7; Тестове: 4, 6, 7

Гл. ас. Янка Георгиева Александрова – Теми: 10, 11, 12, 13, 14; Тестове:  
10, 11, 12, 13, 14

## **СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНИКА**

### **УВОД**

#### **ТЕМА 1. ЗНАЧЕНИЕ НА CRM СИСТЕМИТЕ**

- 1.1. Роля и място на системите за управление на взаимоотношенията с клиентите
- 1.2. Предимства на системите за управление на взаимоотношенията с клиентите

#### **ТЕМА 2. ОСНОВНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА CRM СИСТЕМИТЕ**

- 2.1. Оперативен и аналитичен CRM
- 2.2. Интегрираност на CRM системата
- 2.3. Елементи на успешен CRM проект

#### **ТЕМА 3. ВЪВЕДЕНИЕ В MS DYNAMICS CRM**

- 3.1. Основни характеристики на Microsoft Dynamics CRM
- 3.2. Технологична инфраструктура
- 3.3. Основни роли в Microsoft Dynamics CRM

#### **ТЕМА 4. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛСКИЯ ИНТЕРФЕЙС**

- 4.1. Елементи на уеб интерфейса на Microsoft Dynamics CRM
- 4.2. Работа със записи и изгледи

#### **ТЕМА 5. ГРАДИВНИ ЕЛЕМЕНТИ**

- 5.1. Обща характеристика на същностите на Microsoft Dynamics CRM
- 5.2. Описание на същностите на Microsoft Dynamics CRM

#### **ТЕМА 6. КОНЦЕПЦИЯТА „РАБОТНО МЯСТО”**

- 6.1. Същност и основни елементи на работното място
- 6.2. Използване на контролното табло
- 6.3. Управление на дейности

#### **ТЕМА 7. МОДЕЛ НА СИГУРНОСТТА**

- 7.1. Основни елементи на модела на сигурността на Microsoft Dynamics CRM
- 7.2. Управление на бизнес единици
- 7.3. Управление на потребителите
- 7.4. Управление на ролите за сигурност

#### **ТЕМА 8. УПРАВЛЕНИЕ НА КЛИЕНТИТЕ**

- 8.1. Работа с акаунти
- 8.2. Работа с контакти
- 8.3. Работа с клиенти, проявяващи интерес
- 8.4. Общи операции върху записите за клиентите

#### **ТЕМА 9. МОДУЛ МАРКЕТИНГ**

- 9.1. Маркетингови списъци
- 9.2. Маркетингови кампании

#### **ТЕМА 10. МОДУЛ ПРОДАЖБИ**

- 10.1. Продуктов каталог
- 10.2. Отстъпки
- 10.3. Мерни единици
- 10.4. Продуктови групи

10.5. Продукти

10.6. Ценови листи

### **ТЕМА 11. УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОДАЖБИТЕ**

11.1. Жизнен цикъл на продажбите в Microsoft Dynamics CRM 2011

11.2. Управление на заинтересовани, потенциални и настоящи клиенти

11.3. Управление на потенциални сделки (Opportunities)

11.4. Управление на оферти (Quotes)

11.5. Управление на заявки (Orders)

11.6. Управление на фактури (Invoices)

### **ТЕМА 12. МОДУЛ УСЛУГИ**

12.1. Работа с договори (Contracts)

12.2. Работа със случаи (Cases)

12.3. Работа с услуги (Services) и дейности по услуги (Service Activities)

### **ТЕМА 13. ПРЕДСТАВЯНЕ НА РЕЗУЛТАТНА ИНФОРМАЦИЯ**

13.1. Експортиране на резултатна информация в Microsoft Excel

13.2. Графики (Charts)

13.3 Табла с резултати (Dashboards)

### **ТЕМА 14. ВГРАДЕНИ И ПОТРЕБИТЕЛСКИ ОТЧЕТИ**

14.1. Вградени отчети в Microsoft Dynamics CRM

14.2. Създаване на потребителски отчети (Report Wizard)

### **ТЕМА 15. ВНЕДРЯВАНЕ НА CRM СИСТЕМИ**

15.1. Изграждане на CRM системи чрез пакети

15.2. Общ процес на внедряване на CRM пакет

15.3. Процеси на внедряване на SAP CRM

15.4. Процес на внедряване на Microsoft Dynamics CRM