Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. Институт радиоэлектроники и информационных технологий.

Проектный практикум

Первичный анализ требований и

проектирование

CRM-системы для отслеживания заказов

для предприятия «Сепульки из Условного»

Научный руководитель: Шестеров М. А.

Студент: Урусов С.Б.

Екатеринбург 2023

Описание и требования к проекту

Описание Бизнес-логики

Директор компании по продаже сепулек столкнулся с тем, что количество клиентов сильно увеличивается, и обращений от клиентов тоже становится заметно больше. Вести все заявки и отправлять её по разным этапам производства становится не удобно. Сотрудники путаются в файлах, не понимают какая информация для них, а какая нет

Основные процессы

Заказ стандартного товара, когда клиент заказывает товар и заявка сразу уходит на склад для сборки и доставки

Заказ по критериям клиента, когда заявка попадает менеджеру для проверки, после этого последовательно в два цеха. По готовности на склад и в доставку

Возврат товара, когда приходит заявка о неисправности, менеджеры решают возвращать деньги или отправить новый товар

Вашим результатом должна стать CRM система, которая позволяет осуществить все эти процессы

Все подробности, которые не описаны в задании вы можете придумать и зафиксировать сами

Слово **сепульки**вымышленное, поэтому что она значит вы придумаете сами

Все подробности, которые не описаны в задании вы можете придумать и зафиксировать сами

Требования к продукту

Вашим результатом должна стать CRM система, которая позволяет осуществить все эти процессы

Анализ:

Конечный продукт – CRM-система.

CRM-система – прикладное ПО, предназначенное для автоматизации взаимодействие организации с её клиентами, в частности для оптимизации маркетинга, повышения продаж и улучшения качества обслуживания, путём сохранения и структурирования информации о заказах и прочей информации клиентов.

CRM-системы подразделяются на категории в зависимости от назначения:

* Автоматизированная система управления продажами
* Управление маркетингом
* Управление с клиентским обслуживанием и колл-центрами

Их также классифицируют по уровню обработки:

* Операционный – автоматизация и оптимизация бизнес-процессов.
* Аналитический – сбор и анализ данных о продажах
* Коллаборативный – оптимизация взаимодействия с клиентами, компаниями-партнёрами, а также внутренних отделов продаж и маркетинга.

Исходя из описания бизнес-процессов и требований к продукту, можно сделать вывод о необходимости разработки автоматизированной системы продаж с принципами операционных и коллаборативных CRM. Такая система позволит создать полноценный автоматизированный процесс обработки заказов.

Прямые аналоги:

1c CRM

Пачка

Косвенные аналоги

Ресурсы

«CRM-система» - Д. Фатхутдинова: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-crm-sistema/>

«Система управления взаимодействиями с клиентами» - Wikipedia: <https://en.wikipedia.org/wiki/Customer_relationship_management>

«Управление продажами» - https://sendpulse.com/ru/support/glossary/sales-management#:~:text=%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6%D0%B0%D0%BC%D0%B8%20%E2%80%94%20%D1%8D%D1%82%D0%BE%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B8%D0%B9,%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B2%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D1%8D%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6.