

## Чек-лист по внедрению CRM-системы



[Посетить страницу «Внедрение CRM»](#)

## **Вступление**

Система управления отношениями с клиентами позволяет решить несколько задач – от потерянных лидов до составления отчетности. Результат зависит от правильного выбора, настройки и внедрения. Чек-лист – один из эффективных инструментов оценки системы с разных сторон, который позволяет учесть все параметры при ее выборе.

## **Кому и для чего полезен чек-лист по внедрению CRM-системы**

Ошибки на этапе внедрения CRM могут привести к большим материальным потерям. А если бюджет организации ограничен, неучтенный нюанс может и вовсе сорвать проект. Поэтому к автоматизации нужно тщательно подготовиться.

Чек-лист состоит из коротких и понятных задач. Их последовательность выстраивается заранее в удобном порядке. Такая организация информации позволяет быстрее и продуктивнее справиться с проблемами – отсутствием базы, неналаженными взаимоотношениями с клиентами. И персоналу, и руководству компании проще привыкнуть к изменениям, шансы на успешное завершение проекта увеличиваются.

# Чек-лист внедрения CRM

## ✓ Понятны ли цели и задачи проекта по внедрению

У каждой компании есть свои проблемы, цели внедрения CRM и стратегии. Поэтому конечный результат необходимо сформулировать перед началом работы. Время и ресурсы могут быть потрачены впустую без четкого представления задач.

Но цель должна быть предметной, лучше не гнаться за всем сразу. Желательно определить конкретные задачи, например, вместо продажи новых товаров действующим клиентам – увеличение прибыльности на 25% в отчетном году. К примерам неудачных задач также можно отнести расширение сфер деятельности компании, установление всестороннего контроля над работой сотрудников, обнаружение слабых мест организации.

## ✓ Этапы воронки продаж в CRM-системе

Воронка продаж представляет собой маркетинговую модель, которая отражает теоретический путь клиентов – от знакомства с продуктом до заключения сделки. Есть несколько основных правил ее построения:

1. При использовании более одного канала привлечения клиентов необходимо составить воронку для каждого из них. В таком случае путь потребителя будет разным, но основными останутся одинаковые этапы.
2. Есть различные варианты построения – этапы воронки совпадают с бизнес-процессами или объединяют несколько из них, например, выставление счетов менеджера и бухгалтерии.
3. Четкое обозначение границ всех этапов делает путь потребителя более детальным и прозрачным.
4. Допускается размещение одного и того же действия на разных этапах воронки. Но сделать это можно лишь при условии изменения конечной цели. Это может быть холодное коммерческое предложение и индивидуальное предложение конкретного продукта.
5. Важно учитывать нелинейность перемещения потребителей по воронке – и вперед, и назад.
6. CRM система – эффективное средство для автоматизации работы с воронкой.

Количество этапов зависит от особенностей бизнеса, это могут быть скидки, согласование договоров, контроль дебиторской задолженности. Большой опыт в построении автоворонки продаж на производственных и оптовых предприятиях позволяет специалистам нашей компании разрабатывать эффективную автоворонку для конкретной сферы услуг.

### ✔ **Выделение ресурса времени сотрудникам компании на участие в проекте внедрения**

Одна из распространенных причин провала внедрения системы CRM – недостаточная квалификация и мотивация ответственных сотрудников. Участники проекта должны понимать свои роли, обязанности и иметь личную заинтересованность в конечном результате. Они также должны понимать выгоды и прибыль, заложенные в системе и обучать остальных сотрудников пользоваться доступными инструментами.

Спрос на услуги может возрасти скачкообразно и в этот момент специалисты компании должны уметь максимально использовать возможности. Но мы не оставляем наших клиентов наедине с системой и всегда готовы решить возникшие проблемы. Неправильное распределение задач на этапе внедрения может привести к тому, что сотрудник не будет успевать выполнять свои прямые обязанности и одновременно тормозить проекты внедрения CRM.

### ✔ **Перенос отпусков ответственных сотрудников**

Обучение основам системы занимает не более 5 часов. Но внедрение CRM предполагает тотальный контроль всех сотрудников организации. У ответственных лиц должен быть предусмотрен перенос отпуска на этапе внедрения, так как могут возникнуть проблемы с реализацией, коммуникацией, согласованием.

## ✓ **Формирование бизнес-требований к системе CRM**

Компании, у которых больше одного подразделения, могут не справиться с внедрением системы, даже при условии помощи бизнес-консультантов. Для качественного сбора требований необходимо создать рабочую группу из сотрудников.

Все требования можно разделить на три категории. Функциональные включают запросы с основной рабочей деятельности сотрудника, подразделения, компании в целом. Зачастую в этот список входят:

- управление задачами, контактами;
- интеграция с другими программами, включая товароучетную систему, телефонию, почтовый клиент;
- планирование – коллективное и персональное;
- контроль исполнительской дисциплины;
- инструменты бизнес-анализа, отчетность;
- управление учетными записями персонала.

К функциональным требованиям также относится управление производством и складом, интеграция с сайтом. Часть функционала может быть реализована за счет плагинов других разработчиков, в этом случае понадобятся дополнительные расходы.

Нефункциональные требования связаны с техническими сторонами эксплуатации системы:

- для облачной CRM необходимо запросить сведения о периодичности создания бэкапов, условиях их хранения и предоставления по запросу владельца. Показатель доступности должен обеспечивать 99,9% времени безотказной работы;
- требования к интеграции с телефонией, товароучетной программой, виртуальной АТС;
- требования к миграции и импорту сведений. Клиенту нужно определить источники для переноса существующих данных – со старой системы, записи в Excel или базы данных другого программного обеспечения;
- накопленная информация будет переноситься вручную и с помощью вендора;
- важно также определить требования к предельной стоимости внедрения;
- если в этом есть потребность, можно установить требования к удаленной работе. Желательно определить стороны, и каким образом будут использоваться эти возможности.

Бизнес-требования можно, по сути, отнести к функциональным. Принято считать, что к бизнес-процессам обращаются только крупные компании с

большим количеством рутинных задач. Но автоматизация любого циклического процесса сокращает время работы персонала и время согласования, а также исключает человеческий фактор. Как работать с бизнес-требованиями:

- определить цели и задачи бизнеса;
- выписать существующие процессы, этапы внедрения CRM, сроки, ответственных лиц;
- установить задачи, которые можно автоматизировать – выполнение заказа, консультация клиента, работа с группой ВИП, оформление отпусков;
- выявить поддерживающие процессы. Это может быть, к примеру, ежегодное составление бюджета. Система уведомит о старте подготовки, весь процесс пройдет слаженно.

Бизнес-процессы могут быть созданы и пересмотрены после внедрения системы. Это позволит сохранить время перехода к автоматизации и опередить конкурентов.

Нет времени разбираться в тонкостях внедрения?  
Получите консультацию по внедрению CRM в вашу компанию!

[Перейти на страницу «Внедрение CRM»](#) и оставить контактные данные для связи!

### ✔ **Согласование проекта генеральным директором или собственником**

Основная задача руководства компании – установить цели и показатели результативности внедрения системы. Успешность проекта зависит от четкого плана и понятных промежуточных итогов. Еще одно немаловажное требование заключается в обеспечении достаточного количества ресурсов, так как любая новая система требует вложений денег, времени и сил.

Управляющий должен донести важность внедрения всем сотрудникам, рассказать о возможностях, ресурсах и потенциальных сложностях. Незаинтересованные стороны, которым нужно тратить силы и время на обучение, могут саботировать проект.

Внедрение CRM должно быть согласовано на начальном этапе. Собственник или директор могут быть не в курсе предстоящего внедрения системы и не согласовать проект, и, как результат, – зря потраченное время для обеих сторон.

## ✓ Планирование бюджета на внедрение CRM-системы

При формировании бюджета важно учитывать все статьи расходов по проекту. Стоимость программного обеспечения зависит от выбранного продукта:

- покупка системы;
- количество пользователей, которые будут работать в системе;
- настройка – обязательный этап, так как в каждой компании предусмотрены собственные бизнес-процессы. Конфигурация имеет многочисленные возможности, включая персонализацию и интеграцию с существующей ИТ-средой.

Но выбирать программное обеспечение, ориентируясь исключительно на стоимость – большая ошибка. Не менее важно, чтобы система была удобной для пользователя, а поставщик гарантировал доступность и своевременное решение всех технических вопросов. Система должна иметь возможность доработки силами вендора или другого специалиста без нарушения функциональности.

## Вывод

Если компания нацелена на дальнейшее развитие бизнеса и ее деятельность связана с большим количеством документов, сведений и процессов, ответ об обязательности CRM однозначный. Выжить на конкурентном рынке без автоматизации управления взаимоотношениями с клиентами очень сложно, практически невозможно.

Чек-лист с задачами, целями и требованиями к системе гарантирует сокращение рисков при внедрении и более точный расчет итоговой стоимости. И, как результат, - проект внедрения CRM-системы реализуется быстрее. Требования представляют, по сути, список поставленных задач, с которым будет сопоставляться функциональность CRM-систем. Важно указывать все, даже самые мелкие детали, это позволит подобрать максимально эффективный софт.

Зачастую составлению требований не уделяют должного внимания. Это может быть связано с тем, что внедрение CRM в компанию навязали сверху или объясняется простым нежеланием разбираться в отношениях внутри организации.

Каждому требованию необходимо присваивать категорию важности. Можно ориентироваться на своеобразную шкалу – высокой, средней или низкой важности, признак «факультативно». Система должна стать инструментом решения конкретных деловых задач, поэтому в требованиях должен использоваться исключительно деловой подход.

Ваша компания готова к внедрению CRM-системы? Специалисты «Первый БИТ» готовы взяться за проект любой сложности!

[Переходите на сайт «Внедрение CRM-систем»](#) и оставляйте заявку на бесплатную консультацию!

## Вам могут быть интересны CRM-системы для 1С:



Ключевые особенности:

**БИТ.CRM** подходит для производственных и оптовых компаний. CRM-системы состоит из модулей, которые гибко настраиваются под задачи вашего бизнеса. Решение позволяет автоматизировать любые бизнес-процессы компании в 1С:УТ, 1С:ERP, 1С:КА.

- Автоматическая воронка продаж;
- Триггер-модуль (автореакции на события в системе);
- Встроенная система бизнес-аналитики (BI-система).

[Подробнее](#)





Универсальное решение для управления взаимоотношениями с клиентами с возможностью использования как самостоятельной программы для автоматизации функций CRM, так и в качестве дополнения к функционалу CRM типовых конфигураций на платформе 1С:Предприятие 8.

**1С:CRM** внедряется в учетные системы: 1С:УНФ, 1С:УТ, 1С:ERP; 1С:КА, 1С:ITIL.

[Подробнее](#)