



Описание проекта по внедрению БИТ.CRM в ООО «Альфарм»

Компания: ООО «Альфарм»

Описание деятельности: Создание аналитических баз данных и проведение маркетинговых исследований по всем сегментам фармрынка

Отрасль: Здравоохранение и фармацевтика

Внедренный программный продукт: БИТ.CRM

Бизнес-задача: Автоматизация бизнес-процессов, Управление продажами

Количество сотрудников компании: 60

Количество автоматизированных рабочих мест: 13

Офис внедренец: Спортивная

Руководитель проекта: Александр Балан

Технический руководитель проектов: Кирилл Образцов

Аналитик: Карина Мкртычян

Программист: Дмитрий Юрлов, Максим Кондращенко

Сроки проекта:

Первый этап проекта – с 7 июня по 27 августа 2021. Управление продажами

Дальнейшее развития проекта:

Второй этап проекта – с 15 ноября по 21 января 2022. Автоматическое создание первичных документов и обмен с 1С:ERP, доработка дополнительных требований по результатам первого этапа.

Дата завершения проекта: проект в процессе реализации

Описание проекта

Компания «Альфарм» была основана в 2010 году, входит в состав ГК «Бионика».

Компания «Альфарм» специализируется на предоставлении и создании аналитических баз данных по всем сегментам фармацевтического рынка России, а также проведении любых видов маркетинговых исследований фармацевтического рынка России.

Компания обладает информацией об объемах закупок ЛС аптечными учреждениями (sell-in), розничных продаж из аптек (sell-out), государственных закупок ЛС, отгрузок ЛС дистрибуторами аптечным учреждениям, на уполномоченные склады и т.д. от участников рынка, что позволяет:

- получать и систематизировать информацию по всем сегментам фармацевтического рынка России;
- максимально детально классифицировать собранные данные;
- наиболее качественно проводить проверку классифицированных данных;
- в минимальные сроки предоставлять нашим клиентам и партнёрам необходимую информацию в виде аналитических баз данных в удобном и функциональном интерфейсе;
- проводить любой вид маркетинговых (количественных и качественных) исследований.

Цели и задачи

Ранее в компании использовался Microsoft Excel как система по управлению взаимоотношениями с клиентами. В таблицу вносились статусы задач по клиентам, комментарии, документы формировались вручную и отправлялись через Outlook. Использовался дополнительный софт – трекер задач, который применялся для постановки важных задач и их отслеживанию. Текущая организация работы и используемые софт-решения не обеспечивали эффективной работы с клиентами.

Перед проектом по внедрению CRM были поставлены следующие задачи:

- Организовать единое информационное хранилище данных о клиентах;
- Создать инструмент контроля за выполнением задач сотрудников отдела продаж;
- Сократить цикл сделки;
- Не терять взаимодействия с клиентами компании;
- Разработать механизм расчета полного потенциала клиента;
- Создать автоматическое выставление счетов и документов согласно событию в системе;
- Организовать удобную работу со сделками, согласно специфике работы отдела продаж.
- Разработать биллинг-отчеты.

Нам требовалась новая система управления взаимоотношениями с клиентами, которая позволила бы организовать качественное ведение клиента компании.

Для создания необходимой нам системы управления взаимоотношениями с клиентами было выбрано решение БИТ.CRM для 1С:УТ. После проведения демонстрации программного продукта было принято решение о начале работы с поставщиком решения.

Мы можем уверенно сказать, что выбор поставщика «Первый Бит» себя полностью оправдал. В ходе работ решение БИТ.CRM было адаптировано под бизнес-процессы компании, оцифрован и усовершенствован ряд внутренних и внешних бизнес-процессов с помощью встроенной BPM-системы.

Компания «Первый Бит» показала себя как высокопрофессиональная команда специалистов и надежный партнер, обладающий большим опытом в автоматизации отдела продаж и бизнес-процессов в фармацевтической отрасли.

Результаты проекта

В результате внедрения БИТ.CRM в учетную систему 1С:УТ компании «Альфарм» увеличилась прибыль за счет автоматизации отдела продаж и сокращения цикла сделки.

KPI сотрудников отдела продаж регулярно выполняется и растет согласно внедренному механизму расчета полного потенциала клиента. Процесс постановки целей на будущий период максимально прозрачный и реалистичный.

За счет автоматизации были оптимизированы расходы компании

1. Разрозненное хранение информации о клиентах. Компания использовала решение Microsoft Excel и 1С:ERP для хранения данных о клиентах. Менеджерам приходилось выполнять двойной ввод информации в двух разных информационных системах.

В ходе работ была проведена нормализация справочника НСИ из двух разных источников данных. Теперь, в новой системе CRM компания безопасно хранит и обрабатывает данные клиентов компании. На основании данных о клиенте, система ищет совпадения в клиентской базе и исключает дублирование контрагентов. Менеджерам доступна история взаимодействия с клиентами в одном окне с 1С: сообщения, звонки, документы.

2. Автоворонка продаж. В результате отсутствия воронки продаж сотрудники теряли взаимодействия с клиентом.

Сейчас выстроенная автоворонка продаж демонстрирует ожидаемые результаты – ни один клиент не забыт, все задачи по клиентам выполняются вовремя. Переход по воронке продаж происходит автоматически. Система ставит соответствующие задачи сотруднику и уведомляет в случае отклонений от сроков исполнения.

С помощью автоматической воронки продаж мы сократили цикл сделки и

повысили лояльность клиентов компании.

3. Контроль за менеджерами. Раньше, мы использовали стандартные отчеты в MS Excel о результативности менеджера, упуская главное – контроль исполнительской дисциплины.

В новой системе CRM все поручения, которые необходимо выполнить сотруднику, фиксируются в системе, имеют четкие сроки и хранят историю действий исполнителя.

4. Реализован механизм расчета полного потенциала клиента. В расчете полного потенциала используется собственная методология расчета, которая позволяет понять в каком количестве и в каких сегментах клиент представлен на рынке.

Сотрудники отдела продаж знают, какую долю рынка занимает продаваемая ими номенклатура и какую сумму продаж может обеспечить клиент. На основании расчета полного потенциала клиента строится план продаж.

5. Сделки с клиентами. Раньше, бухгалтер компании выставлял счета и изменял график платежей в ручном режиме. Мы решили автоматизировать рутинные операции высвободить временной ресурс для сотрудников.

Особенность доработки функциональности «Сделка с клиентом» заключается в том, что все счета и документы создаются автоматически и высылаются клиентам при наступлении даты платежа.

Реализована возможность разбить платежи по договору на длительный срок и автоматически фиксировать фактическую оплату, график платежей при этом изменяется автоматически. Ежемесячные начисления выставляются автоматически в зависимости от заданной суммы в графике платежей. Менеджеру не нужно отслеживать график платежей по договору – автореакция на события в системе о просроченном платеже напомнит ответственному сотруднику, что необходимо связаться с клиентом, если от него не поступила оплата.

6. Отчеты. Раньше, мы использовали отчеты в таблицах, что было неэффективно с точки зрения точности данных и затрачиваемого времени на подготовку отчетности.

Для оценки ситуации в отделе продаж и ее прогнозирования созданы дополнительные отчеты:

- Отчеты по начислениям. Прогнозные контракты;
- Отчет по оплатам. Прогнозные контракты.

Для отдела сопровождения клиентов были созданы отчеты, помогающие отслеживать биллинги клиентов:

- Сводный по начислениям. Заключенные контракты;
- Отчет по оплатам. Заключенные контракты.

Комплекс сводных отчетов-биллингов:

- Сводный отчет по начислениям;
- Сводный отчет по начислениям накопительным итогом по месяцам;
- Сводный отчет по оплатам;
- Сводный отчет по оплатам по месяцам;
- Сводный отчет по оплатам по месяцам накопительным итогом.

Мы получили достоверность данных на 99,9% и сократили время на подготовку отчетности. Отчеты доступны в специальном пункте меню, вывод данных в режиме реального времени.

Генеральный директор ООО «АльфаРМ»



_____ / Ермолаева А.Л.

М.П.