

УДК 339.1

Христина Колесник ст.гр КТ-31

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОГЛЯД TERRASOFT CRM

Науковий керівник: Бревус В.М.

Customer Relationship Management (CRM) — це специфічний підхід ведення бізнесу, при якому основна діяльність компанії зосереджується на клієнті. Подібна орієнтованість на клієнта впливає не тільки на загальну стратегію бізнесу компанії, але і на корпоративну культуру, структуру, бізнес-процеси, операції. Важливу роль, у втіленні CRM — стратегії в життя, відіграють інформаційні технології. Програмні засоби CRM представляють собою спеціалізовані системи, розроблені для автоматизації тих самих бізнес-процесів, процедур та операцій, які реалізовані у вигляді CRM — стратегії компанії.

Terrasoft CRM - повнофункціональна CRM-система, яка охоплює основні сфери управління взаємовідносинами з клієнтами та організації внутрішніх процесів компанії. У системі Terrasoft CRM для управління взаємовідносинами з клієнтами існує можливість реєстрації детальних відомостей про клієнтів, партнерів, постачальників, конкурентів. Вся історія зустрічей, листувань, угод та звернень компанії-клієнта завжди під рукою. При цьому існує можливість розмежувати доступ користувачів до різної інформації про контрагентів. Для швидкого пошуку інформації про компанію в інтернеті, не потрібно використовувати браузер, оскільки, це можна зробити прямо з системи.

У бізнесі CRM — це один з найбільш потужних інструментів управління продажами, який забезпечує можливість графічного відображення просування угод по етапах продаж. Система дозволяє контролювати показники роботи менеджерів, порівнюючи їх з плановими значеннями, аналізувати успішність продаж, а також більш точно прогнозувати кількість і обсяг майбутніх угод. З моменту, коли клієнт зацікавився співпрацею з компанією, система стежить за розвитком взаємовідносин за допомогою модуля продаж. Для ефективного формування пропозиції використовується матриця крос-продаж і продуктово-сегментна матриця. Можливість SWOT(Strengths Weaknesses Opportunities Threats)-аналізу дозволяє приймати необхідну тактику роботи з кожним клієнтом. Набір звітів можна поповнити необхідними шаблонами, що відображають специфіку бізнесу, оскільки, всі інструменти створення звітних форм присутні в системі. Засоби CRM для управління маркетинговою активністю дозволяють автоматизувати весь комплекс кроків з організації впливу, починаючи від планування бюджету, вибору цільової аудиторії і закінчуючи аналізом ефективності маркетингового проекту. Завдання в Terrasoft CRM можуть генеруватися автоматично на основі створених в системі бізнес-процесів. Функціональність модуля управління завданнями забезпечує зручні і ефективні засоби контролю виконання доручень. Інструмент успішного менеджера синхронізує всі завдання команди в єдиному інформаційному просторі.

CRM-програми Terrasoft охоплюють ключові завдання управління взаємовідносинами з клієнтами: управління бізнес-процесами; формування єдиної бази клієнтів, партнерів, постачальників; автоматизація електронних розсилок; організація узгодженої роботи співробітників; автоматизація документообігу; управління робочим часом; планування, аналітика та контроль результатів роботи.