

Куб Три

Когда контроль важнее интуиции: признаки необходимости CRM

Кому и когда нужна автоматизация?

Роль автоматизации в бизнесе:

Почему в некоторых случаях внедрение CRM/ERP необходимо, а когда избыточно.

- **Начинаем с целей** (как всегда).
Но целей бизнеса. Не целей внедрения.
- **Цели автоматизации.**
Хотя бы в общем. Выстроить в граммах очень сложно и подходит для больших бизнесов.

Когда явно рано:

Совсем нет процессов.

Постоянно все по-разному, т.к. очень разные продукты или клиенты. Обычно компания только началась, ресурсы сильно ограничены, просто маленькая команда.

УТП не продажи.

Это какой-то продукт, который «сам себя продает». Есть куда потратить время/бюджет, а не на CRM.

Отсутствие четкой потребности в автоматизации.

Часто бывает: *Директор услышал про CRM: «Нам надо и точка».*

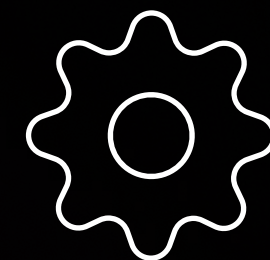
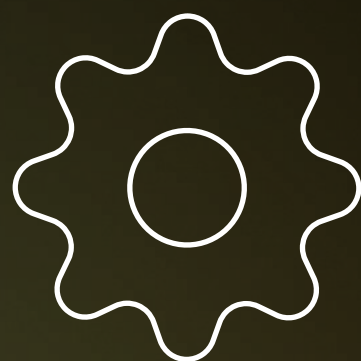
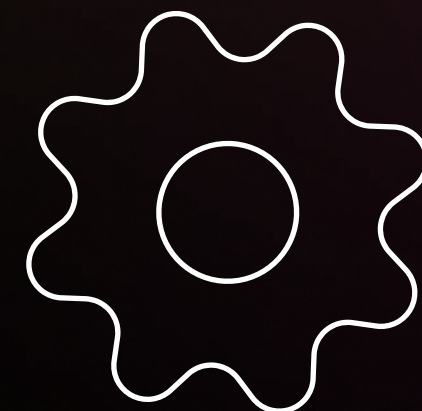
Хватает «Excel» (текущей системы учета).

Тонкая грань когда хватает, когда нет. *Но ее интуитивно поймете :)*

Кому и когда нужна автоматизация?

Какие цели НЕ решает CRM:

- CRM не заменяет стратегию продаж
- Не поднимет мотивацию менеджеров
- Не решит проблемы с УТМ или конкурентоспособностью (иногда все-таки может: мы ускорили процесс расчетов запросов)
- Не заменит обучение



Как выбрать CRM?

Кратко про платформы

Готовые и отраслевые решения

- Быстро
- Дешево
- Минимальная возможность настроек и доработок
- Ограничено возможностями выбранной системы

Кастомизируемые (дорабатываемые платформы)

- Есть базовый пакет с готовым набором модулей
- Очень многое или все (зависит от платформы) можно изменить под себя
 - Лоукод-ноукод («кликом мышки» через специальный интерфейс)
 - Программированием
 - Свой язык или закрытые платформы (1С, Salesforce)
 - Открытый исходные код
- Магазин приложений
- Среднее по цене и срокам внедрения.

Разработка с нуля

- Если очень-очень уникальный бизнес
- Какие-то специфические требования ИТ или ИБ

Как выбрать CRM?

Готовое решение VS Разработка

Критерий	Готовое решение	Разработка
Ваша отрасль	Есть готовое отраслевое решение. У вас «стандартные» клиентские процессы для этой отрасли	Редкая отрасль (нет решения). Отличные от других процессы, в которых ваши ключевые преимущества
Есть УТП в продажах?	Нет, отличаемся другим	Да, наши клиентские процессы это ключ к успеху
Размеры бизнеса	Малый.	Средний, крупный
Количество отделов, участвующих в работе с клиентом	1-2	«Много»
Проработанность процессов	Нет, «Как у всех»	Продуманы, понятны причины отличия

Как выбрать CRM?

Важные параметры, которые стоит учесть

Критерий	Готовое решение
Количество компаний / экспертов на рынке	Если система редкая (компаний, людей мало, люди дорогие), то это повышает риски (поссорились и что делать).
Разовые/регулярные платежи Лицензии / разработка (тогда стоимость часа)	Есть ли платеж регулярно или один раз. Платим за каждого пользователя? Платим за каждую хотелку? Влияет на стоимость владения (рекомендую оценивать в 3-5 лет)
Сложность загрузки/ выгрузки данных	Сколько потратим времени на ввод начальных данных Сможем ли вообще уйти с платформы, когда вырастем.
Возможность интеграций	Сможем ли интегрироваться с нужными нам системами сейчас или в будущем.
Возможности при развитии	Появился новый отдел – как сможем подключить?
Команда	Кто физически будет делать, попросите на встречу.
Языки, мобильность, права доступа...	Тут не забыть, не функциональные, но важные для вас параметры.

Как оценить эффект от внедрения?



Мы потратили ХХХ, а как оценить?

1. Не нужно напрасных ожиданий: CRM сама не поднимет продажи, менеджеры автоматически не станут работать лучше.
2. Влияет много факторов: появились новые рекламные кампании, изменился состав сотрудников. Очень сложно отделить выгоды именно за счет CRM от остальных изменений.
3. Объективно оцениваем то, что можем оценить:
 - a. Уменьшилось время среднего разговора (но с учетом качественных характеристик) — меньше ФОТ.
 - b. Уменьшилось количество потерянных лидов — растут продажи за счет именно этого фактора.
 - c. Ускорили обработку расчетов — увеличилась конверсия.



СКОЛЬКО СТОИТ И КАК БЮДЖЕТИРОВАТЬ?

1. Прямая оплата поставщику:

- a. Лицензии (периодичность, рост пользователей)
- b. Работы по внедрению (доработка, настройка)
- c. Работы связанных подрядчиков (при реализации интеграций)

Тут лучше от 30 до 100% сверху заложить на требования и функции, которые обязательно возникнут.

2. Косвенные расходы:

- a. ЗП своему менеджеру проекта
- b. Часы руководителей и сотрудников на время внедрения (бизнес и ИТ)
- c. Сервера и прочее оборудование

2. Развитие и стоимость владения:

- a. Стоимость поддержки (обязательная, необязательная, лицензионная, техническая)
- b. Стоимость развития (стоимость часа команды)

Лучше считать на 3-5 лет