

УДК 004.41

## ***СОВРЕМЕННЫЕ CRM РЕШЕНИЯ. ВЫБОР CRM-СИСТЕМЫ***

***Голубева А. И.***

*студент магистратуры факультета бизнес-информатики и управления комплексными системами,*

*Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»,*

*Россия, г. Москва*

***Митрейкин И.П.***

*аспирант факультета бизнес-информатики и управления комплексными системами,*

*Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»,*

*Россия, г. Москва*

**Аннотация:** В статье раскрывается понятие CRM системы, рассматриваются существующие на рынке CRM-решения, а также проводится сравнительный анализ современных CRM. Цель статьи – ознакомить читателя с понятием современной CRM системы и предоставить руководство по выбору оптимального CRM решения под нужды конкретного бизнеса в зависимости от его отрасли и размера. В статье рассматриваются самые популярные CRM решения от российских производителей, приводится статистика их использования по самым новейшим данным, что делает статью актуальной. В выводах данной работы предоставляются умозаключения по наиболее эффективному внедрению CRM-системы для каждого конкретного бизнеса, учитывая его размер и сферу деятельности. Авторы статьи внесли равноценный вклад в данную работу, где был произведен отбор актуальной информации, а также ее тщательный анализ с помощью аналитического инструмента – метода сравнительного анализа.

**Ключевые слова:** автоматизация бизнес-процессов, CRM-система, BPMN, процессный подход, вендоры российского рынка.

***MODERN CRM SOLUTIONS. CRM SYSTEM SELECTION***

***Golubeva A.I.***

*Master student of the Faculty of Business Informatics and Integrated Systems Management,*

*National Research Nuclear University MEPhI,*

*Russia, Moscow*

***Mitreikin I.P.***

*PhD student, Faculty of Business Informatics and Integrated Systems Management,*

*National Research Nuclear University MEPhI,*

*Russia, Moscow*

**Annotation:** The article reveals the concept of CRM systems and existing CRM solutions on the market. It contains a comparative analysis of modern CRMs to determine the optimal solution for the needs of a particular business. The purpose of the article is to familiarize the reader with the concept of a modern CRM system and provide the best CRM solution choice for the needs of a particular business, depending on its industry and size. The article discusses the most popular CRM solutions from Russian manufacturers, provides up-to-date statistics on their use. The conclusions of this work provide advice on the implementation of CPM-system for each particular business, taking into account its size and scope of activity. The authors of the article made an equal contribution to this work, where the selection of relevant information was made, as well as a thorough analysis with the help of comparative analysis.

**Key words:** business process automation, CRM system, BPMN, process approach, vendors of the Russian market.

## **Введение**

Сегодня в мире наблюдается тенденция повышенного внимания к клиент-ориентированному подходу ведения бизнеса. Компании из совершенно разных отраслей и сфер деятельности стремятся повысить продуктивность не только внутренних процессов, но и процессов взаимодействия с клиентами. В условиях сложившейся экономической ситуации, ужесточения конкуренции и роста требований улучшения качества сервиса со стороны клиентов, чтобы сохранить конкурентные преимущества компаниям необходимо внедрять специализированные системы управления взаимодействия со своими клиентами - CRM-системы, которые прочно обосновались на рынке современных IT услуг. CRM-системы помогают не только автоматизировать бизнес, но и обеспечивать клиент-ориентированный подход, то есть учитывать интересы и пожелания каждого конкретного клиента. На сегодняшний день данный класс систем набирает популярность, а потенциальный рынок клиентов и услуг только растет, что связано с отсталостью российской экономики от западной. Согласно статистике только 14% российских компаний внедрили CRM решение, 63% компаний ничего не слышали про CRM ([1]).

На данный момент существует огромное разнообразие как отечественных, так и зарубежных CRM-решений.

CRM система (Customer Relationship Management System) — это система управления взаимоотношениям с клиентами. CRM также является стратегией ведения бизнеса, которая направлена на изучение потребностей клиентов

компании и обеспечение клиент-ориентированного подхода ведения бизнеса ([9]). CRM-системы содержат всю информацию о заказчиках/клиентах и историю взаимодействия с ними, на основе чего формируется план удержания своих потребителей, что в итоге приводит к увеличению прибыли компании. По оценкам различных экспертов, грамотное внедрение CRM-системы способствует росту продаж в среднем на 20% [1].

Перед тем, как осуществлять выбор CRM-системы, необходимо определить, какие задачи компания намерена решать при помощи автоматизации. Самой распространённой ошибкой при внедрении CRM-систем является непонимание задач, которые будет исполнять система, а также отсутствие в компании четкой системы управления отношениями с клиентами и попытка автоматизировать хаос в отделах продаж. Поэтому, перед внедрением системы, необходимо выстроить четкую и понятную инфраструктуру в компании: иметь понятную организационную структуру, четко-выстроенные бизнес-процессы, стандартны обслуживания и тд ([3]).

Как показывает практика, при выборе CRM-системы следует обратить внимание на три важных аспекта:

- 1) Соотношение затрат и результата от внедрения;
- 2) Удобство в использовании;
- 3) Интеграция с существующей или планируемой инфраструктурой ([2]).

Целью данной работы является обзор наиболее популярных CRM систем на отечественном рынке и выработка рекомендаций по выбору подходящей CRM-системы для компании в зависимости от ее масштаба и профиля деятельности.

### **Материалы и методы исследования**

Существуют 3 варианта внедрения CRM-системы:

- 1) Установка готовой CRM-системы;
- 2) Настройка готовой CRM-системы под нужды конкретного бизнеса (подходит только для гибких CRM-решений);
- 3) Разработка собственной CRM-системы на заказ ([12]).

Если бизнес-процессы не имеют уникальных особенностей и довольно типичны, то лучшим вариантом будет установка готовой CRM системы. Этот вариант является самым экономным (а иногда и бесплатным), плюс ко всему готовые CRM-системы имеют большое количество функций. Однако в этом случае пользователю необходимо подстроить свои бизнес процессы под выбранную CRM платформу и работать в рамках её функциональности. Данное решение подойдет для малых и средних компаний определенной отрасли с типичными бизнес-процессами.

Если же говорить о настройке готовой CRM-системы под нужды бизнеса, то чаще всего таким вариантом пользуются крупные компании, которые имеют огромное множество специфичных бизнес-процессов. В этом случае разрабатывается CRM-решение для конкретного бизнеса на базе существующей CRM-системы, если она позволяет возможность доработки, чем обладают далеко не все решения.

Говоря о разработке на заказ, стоит отметить, что в этом случае пользователь сам решает, что будет входить в его систему и как именно будут протекать процессы. Этот подход предпочтителен для компаний со сложной бизнес-логикой процессов, когда компании нужен свой продукт, который будет учитывать особенности и специфику бизнеса. Согласно статистике, проведенной компанией Vitrix, сегодня на рынке РФ в качестве альтернативы готовым вендорным CRM решениям 13% компаний используют собственные

разработки в этой области (34% компаний пользуются Excel, 14% - офисные программы, 24% - бумажная отчетность) ([4]).

Разработка собственной CRM стоит дороже, чем внедрение готовой, так как в этом случае ПО пишется под потребности конкретного бизнеса. Также сроки внедрения собственной CRM больше, чем готовой системы. Поэтому в данном случае важно определиться с краткосрочными и долгосрочными приоритетами: определиться с важностью скорости внедрения, стоимости; учесть специфику бизнес-процессов, безопасность, удобство и прочее ([8]).

Прежде чем принимать решение о создании собственной системы необходимо взвесить все за и против, так как статистика показывает, что вложения и ожидания заказчиков от собственной разработки как правило не оправдываются.

Сегодня существует огромное множество CRM-систем от различных производителей, каждая из которых имеет свои плюсы и минусы, а также отличный от других систем набор функций. В данной работе проводился анализ, для которого были выбраны и рассмотрены наиболее популярные на сегодняшний день CRM-системы. Данные о популярности CRM-систем были получены из различных Интернет-порталов и площадок, таких как журналы «Бизнес-идея», «Практика», рейтинг CRMIndex (рейтинг CRM-систем 2018 года) и др. Рассматривались только те CRM-системы, которые ориентированы на российский рынок. Преимущества рассматриваемых в данном разделе CRM-систем для российского бизнеса:

- данные системы учитывают специфику российского бизнеса, они в большинстве случаев интегрированы с другими решениями, ориентированными на российский рынок (1с, конструкторы лендинг-страниц и т.д.);

- они имеют стабильную цену в рублях (важно при колебании курса валют);
- вся документация данных систем представлена на русском языке;
- поддержка пользователей оказывается на русском языке.

В качестве инструмента был использован сравнительный анализ, цель которого выбрать наиболее эффективное CRM-решение для конкретного бизнеса.

### **Основная часть**

Прежде чем приступить к анализу необходимо разобраться с ключевыми факторами при выборе CRM-системы для компаний различного масштаба и отраслей.

Необходимо, чтобы CRM отвечала запросам конкретного бизнеса. В данной работе даны рекомендации бизнесу с точки зрения масштаба (крупный, средний, малый) и отрасли компании.

Требования малого и крупного бизнеса к CRM-системе различны.

В крупных фирмах основными проблемами с CRM являются ее медленная работа и отсутствие гибкости (настройка необходимого дополнительного функционала производится неоправданно долго). Поэтому предложения для крупного бизнеса должны в первую очередь обладать:

- высокой степенью безопасности данных
- резервированием информации
- многофункциональным пользовательским режимом.

В CRM для малого бизнеса на первое место встают:

- простота применения;

- выполнение основных операций: ведение клиентской базы, контроль воронки продаж, планирование задач по клиентам, сохранение истории и сегментация клиентов;
- наличие готовых отраслевых решений.

Требования среднего бизнеса, как правило, ориентированы на наличие у системы нового функционала, который бы обеспечил конкурентные преимущества на рынке: омниканальность, интеграция со множественным сторонних сервисов, чат-боты, расширенная аналитика, использование AI в работе с бизнес-процессами и тд.

Что касается отрасли бизнеса, сегодня многие вендоры создают отраслевые решения для популярных направлений бизнеса (банкинг, телеком, оптовая торговля, финансы и др.). Уровни внедрения CRM представлены на рисунке 1 согласно статистики Vitrix ([4]).



Рисунок 1. Уровни внедрения CRM.

Поэтому, как правило, бизнесам малого и среднего масштаба с типовой инфраструктурой и бизнес-процессами проще и эффективнее внедрять уже



готовые решение от вендора согласно своему профилю. Однако типовое отраслевое решение не подойдет бизнесу со сложной архитектурой и уникальной бизнес-логикой. Все отобранные для сравнения системы, представленные далее, обладают типовыми отраслевыми решениями и являются наиболее популярными на современном российском рынке услуг.

Итак, для сравнительного анализа выбраны следующие популярные CRM-системы: Megaplan CRM, Terrasoft Bpm'online, Bitrix 24 CRM, AmoCRM.

Для наглядности представления более подробное описание каждой системы представлено в сводной таблице 1 [4,6,10,11].

Таблица 1 – Сводная таблица с описанием CRM-систем

<b>Функционал/CRM-система</b>	<b>Megaplan CRM</b>	<b>Terrasoft Bpm'online</b>	<b>Bitrix 24 CRM</b>	<b>AmoCRM</b>
<b>Бесплатная демо-версия</b>	14 дней	30 дней	30 дней	14 дней
<b>Оплата (облачный сервис)</b>	От 290 руб/месяц.	От 1000 руб. пользователь/месяц	От 990руб/месяц.	От 499 руб/месяц (При оформлении договора на 6 мес.)
<b>Вариант поставки</b>	SAAS и Stand Alone	SAAS и Stand Alone	SAAS и Stand Alone	SAAS
<b>Интеграция</b>	Twitter, Facebook, VK, Gmail, Google календарь, 1С, UniSender, MailChimp, Callbackhunter, Яндекс.Почта, MicrosoftOutlook, Telegram	MS Outlook, Google, 1С, MailChimp, Facebook	Google Docs, Microsoft, Office Online, Skype, Ms Outlook, MailChimp, 1С, Google Calendar	Google Apps, Google Calendar, MailChimp, 1С, Facebook, UniSender, Dropbox, Zendesk
<b>Экспорт/импорт</b>	Excel	Excel	Excel, CSV	Excel, CSV

<b>Техподдержка</b>	Круглосуточная поддержка.	Круглосуточная поддержка + обучающие видео	Круглосуточная поддержка + обучающие видео + формулы и вебинары	Поддержка с 9 до 19 часов по мск.
<b>Рассылки (email)</b>	Есть собственная рассылка и интеграция с UniSender, MailChimp	Есть собственная рассылка и интеграция с MailChimp	Есть собственная рассылка и интеграция с MailChimp	Есть, интеграция с MailChimp, UniSender
<b>Оповещение</b>	Оповещения настраиваются каждый пользователем индивидуально. Каналы: email, skype, sms, информер, джабер	Оповещения поступают на портал, email	Оповещения поступают на портал, email, моб. Телефон, push-уведомления	Оповещения поступают на портал, email, google calendar
<b>Аналитика</b>	Стандартные формы и отчеты	Расширенная аналитика, возможность ручной настройки отчетов в любых срезах	Расширенная аналитика	Содержит всего 4 базовых отчета
<b>Оmnikanальность</b>	Интеграция со сторонними сервисами, чат-боты	Оmnikanальность, интеграция со сторонними сервисами, чат-боты	Оmnikanальность, интеграция со сторонними сервисами, чат-боты, позиционируют использование AI в работе системы	Интеграция со сторонними сервисами, простые чат-боты
<b>Недостатки (согласно отзывам пользователей)</b>	Тяжелый интерфейс, тарифы привязаны к количеству	Отсутствие бесплатных обновлений, дороговизна.	Сложность настройки, громоздкий интерфейс,	Отсутствует возможность гибкой настройки

	пользователей, невозможность построения сложных перекрестных отчетов.	Требует большой объем операционной памяти.	отсутствует фильтрация по тегам.	(добавление произвольных полей). Отсутствует справочники.
--	---	--	----------------------------------	--

### Результаты анализа

Самым гибким из представленных решений является Terrasoft Bpm'online. Стоит также отметить, что данная система является единственной системой, которая включена в международный общепризнанный рейтинг «Магический квадрат Gartner» ([5]). Данное решение можно настроить под нужды конкретного бизнеса, поэтому она наиболее предпочтительна для крупных компаний. Для среднего и малого бизнеса внедрение данной системы может оказаться неоправданным в силу ее высокой стоимости, поэтому однозначно им стоит обратить внимание на системы Bitrix 24 CRM и AmoCRM. Однако сегодня Bitrix 24 уходит далеко вперед и в рамках малого бизнеса занимает лидирующие позиции ([4]).

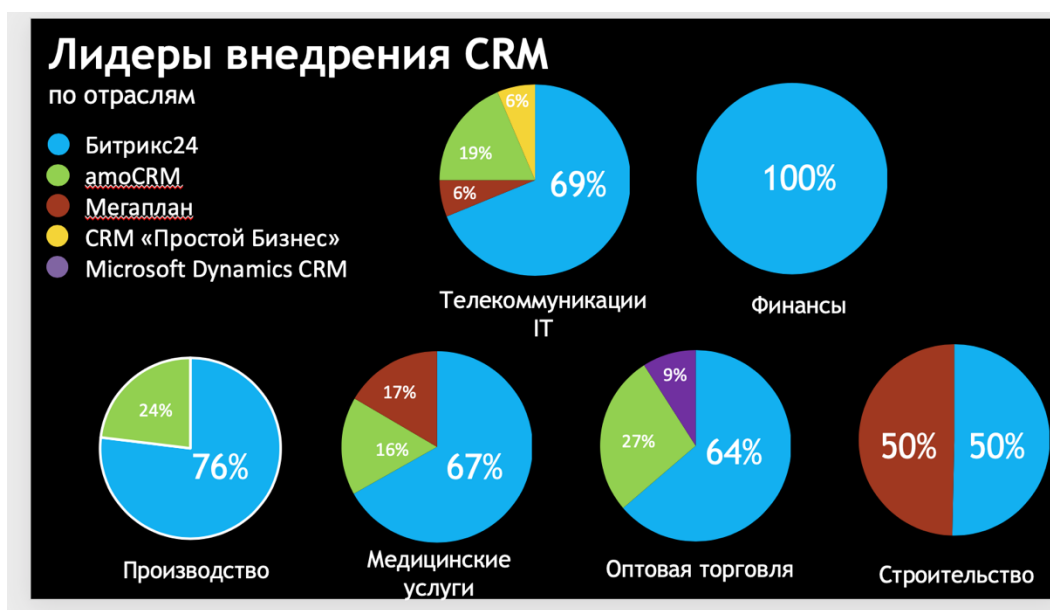


Рисунок 2. Лидеры внедрения CRM по отраслям в сегменте малого бизнеса.

Каждая CRM-система имеет свои плюсы и минусы с точки зрения каждого отдельного бизнеса, поэтому при выборе системы стоит ориентироваться на свои индивидуальные задачи и ожидания. А ход рассуждений при выборе системы, использованный в данной работе, может быть шаблоном при выборе своей CRM-системы.

### **Заключение**

В данной работе было дано определение CRM-системы, описана их классификация и варианты внедрения, а также описаны различные подходы по внедрению систем данного класса. На основе этого было заключено, что разработка CRM-системы полностью зависит от специфики каждого конкретного бизнеса, однако наиболее безопасным и подходящим большинству компаний является вариант внедрения в компании готового CRM-решения (с дополнительной гибкой настройкой системы для средних и крупных компаний).

Были рассмотрены наиболее популярные на отечественном рынке готовые CRM-решения, среди которых был проведен сравнительный анализ на предмет выбора лучшего решения под нужды каждого конкретного бизнеса. Наиболее гибкой оказалась CRM-система Terrasoft Bpm'online, которая на сегодняшний день является системой номер один для крупного бизнеса. Однако, вероятно, внедрение данного решения для малого бизнеса окажется неоправданным в силу его высокой стоимости и сложности. Также среди решений для среднего и малого бизнеса было выделено решение Vitrix 24 CRM. Каждый из отмеченных вендоров предоставляет клиенту обширный список уже настроенных систем под конкретную отрасль бизнеса, что обеспечивает наиболее эффективное внедрение данного класса систем.

Главный вывод, который можно сделать по результату проделанной работы, заключается в том, что сегодняшний рынок предоставляет пользователю огромное множество CRM-решений для бизнесов разных

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

отраслей и разного размера. Каждое из этих решений обладает своими плюсами и минусами, поэтому при выборе CRM-системы необходимо учитывать специфику конкретного бизнеса, его масштаб, задачи и требования.

### **Библиографический список**

1. Агапов В., Пратусевич В., Яковлев С. Обзор и оценка перспектив развития мирового и российского рынков информационных технологий. – 2014. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: [http://www.rusventure.ru/ru/programm/analytics/docs/obzor\\_it.pdf](http://www.rusventure.ru/ru/programm/analytics/docs/obzor_it.pdf) (Дата обращения 21.10.2019)
2. Андерсен Бьёрн. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования/ Пер. с англ. – 2014. – 473с.
3. Баронов В. В., Калянов Г. Н., Попов Ю. Н., Титовский И. Н. Информационные технологии и управление предприятием / В. В. Баронов, Г. Н. Калянов, Ю. Н. Попов, И. Н. Титовский. – М.: Компания АйТи, 2004. – 328 с.
4. Битрикс 24 [Электронный ресурс]/ – Режим доступа – URL: <https://www.bitrix24.ru> (Дата обращения: 03.10.2019)
5. Голден Б. Прогнозы для индустрии ИТ от Forrester, IDC и Gartner //Директор информационной службы. – 2015. – № 10. – URL: <http://www.osp.ru/cio/2015/10/13048022/>
6. Мегэплан CRM [Электронный ресурс]/ – Режим доступа – URL: <https://megaplan.ru> (Дата обращения: 03.10.2019)
7. Рамиль Кинзябулатов. CRM. Подробно и по делу: Редакция 1 / Рамиль Кинзябулатов. — [б. м.] : Издательские решения, 2018. — 248 с.
8. Раянов, Р. Как создать свою CRM. Издательство SelfPub – Москва, 2015. – 515с.
9. Фридеман, В. Нердингер. Ориентация на клиента. Современная практика работы с клиентами.– М.: Гуманитарный центр, 2014. – 180 с.

10. Amo CRM [Электронный ресурс]/ – Режим доступа – :  
<https://www.amocrm.ru> (Дата обращения: 03.10.2019)
11. TERRASOFT ACADEMY - [Электронный ресурс]. - Режим доступа-  
URL: <https://academy.terrasoft.ru/> (Дата обращения: 03.10.2019)
12. Software Advice [Электронный ресурс] / InvGate Service Desk Software.  
— Режим доступа – URL: <http://www.softwareadvice.com/crm/invgate-profile> (Дата обращения: 03.10.2019)

*Оригинальность 88%*