

ЭКОНОМИКА

Шкляр Татьяна Львовна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет экономики,
статистики и информатики»
г. Москва

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ CRM СИСТЕМ В ИНЖЕНЕРНЫХ СЕТЯХ

Аннотация: автор данной статьи рассматривает нестандартный подход использования CRM системы для малого бизнеса на примере предприятия с технологически сложным видом деятельности.

Ключевые слова: система управления взаимоотношениями с клиентами, инженерные сети, маркетинг, поведение потребителей, малый бизнес.

Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) – достаточно модный тренд, который используется повсеместно, и крепко завоевавший умы управленцев по всему миру. CRM – модель взаимодействия, полагающая, что центром всей философии бизнеса является клиент, а основными направлениями деятельности являются меры по поддержке эффективного маркетинга, продаж и обслуживания покупателей. Поддержка этих бизнес-целей включает сбор, хранение и анализ информации о потребителях, поставщиках, партнёрах, а также о внутренних процессах компании. Функции для поддержки этих бизнес-целей включают продажи, маркетинг, поддержку потребителей. Зачем внедряют данную систему? Основной целью внедрения, как правило, ставится увеличение степени удовлетворённости клиентов за счёт анализа накопленной информации о поведении потребителей, регулирования тарифной политики, настройки инструментов маркетинга. Благодаря применению автоматизированной централизованной обработки данных появляется возможность эффективно и с минимальным участием сотрудников учитывать ин-

дивидуальные потребности заказчиков, а за счёт оперативности обработки – осуществлять раннее выявление рисков и потенциальных возможностей.

Обратимся к проблеме, которая была выявлена автором при работе в организациях малого-среднего бизнеса, занимающихся инженерными сетями. Уточним специфику компаний, Сети инженерно-технического обеспечения (инженерные сети, системы или коммуникации) – совокупность сооружений и коммуникаций, непосредственно используемых в процессе тепло-, газо-, электро-, водоснабжения и водоотведения. Далее конкретизируем, рассматривать в данной статье автор будет тепло-, газо-, водоснабжение и водоотведение. Среднестатистическая компания, занимающаяся таким видом деятельности, предоставляет из себя довольно технологичную бизнес единицу, а именно имеет чаще всего, свои каналы поставки устанавливаемого оборудования (могут являться представителями торговой марки), бухгалтерию, собственный склад с хранилищем инструмента для проведения работ, проектную группу (выполняют принципиальные схемы, разрабатывают план коммуникаций и тепло потерь, осмечивание), монтажную группу, редко группа контроля качества. Так как автор рассматривает малый бизнес, компании чаще всего имеют небольшой штат и несовершенную организационную структуру, с неопределёнными должностными обязанностями. Зачастую в таких компаниях управленцы перегружены и нестабильны, монтажные бригады недостаточно контролируемы, а взаимоотношения со складским отделом и вовсе затруднены. То есть взаимоотношения между отделами оставляет желать лучшего. Основной рынок таких компаний это индивидуальный заказы в частных домах, реже субподряд с типовым заданием на многоквартирные дома или коттеджные посёлки. Рассмотрим, от чего зависит прибыльность данных предприятий: от быстроты реагирования на каждом из этапов проведения работ, то есть быстрый расчёт, корректировка по пожеланиям клиента, эффективные переговоры, закупка, отгрузка на склад отгрузка на объект, монтаж (при увеличении срока компания теряет прибыль), корректировка в процессе монтажа, и непосредственно сдача объекта. При этом автор хотел бы отметить, что, выполняя такие высокотехнологичные работы,

организация получает немалый документооборот, а также огромное количество номенклатуры, не заданной в смете (пожелания клиента) и слабый контроль, за сопровождающими документами, темпами выполнения работ. Зачастую в таких организациях отсутствует маркетинговый отдел, отдел IT, и отдел по работе с клиентом, клиент напрямую работает с отделом ПТО, где инженер совмещает в себе функции менеджера и торгового представителя. Так же дополнительная нагрузка по документообороту возникает из-за аварийных служб обслуживания, которые содержит почти каждая компания. Из описанной автором ситуации возникает множество проблем, об которых спотыкается малый бизнес. Организация небольшая, но нюансов работы много, отсюда и появляется потеря контроля над деятельностью исполнительных единиц. Одним из решений данной проблемы это введение полного электронного учёта в организации с включение CRM и KPI. Что даст нововведение предприятиям? Контроль, прозрачность и повышение эффективности за счёт первых двух пунктов. Итак, дело остаётся за малым, выбрать системы и провести внедрение, соблюдая все каноны. Однако если обратить внимание на огрустуктуру, можно заметить, что она сильно урезана, и должностные обязанности сотрудников пересекаются. Расширить коллектив возможности нет, слишком большие издержки. Программные продукты, имеющиеся на рынке предназначены для полноразмерных организаций с широкой спецификой – в основном это средний и большой бизнес. В данной статье рассматривается узкая специфика предприятия, ограниченный бюджет, тяжёлая ситуация и малый бизнес. Так же на рынке не предоставлено программных продуктов, которые могут выполнять следующие задачи: контроль и ведение объекта, съёмки объекта в мультимедийном формате, контроль за инструментом, интеграция со всеми существующими отделами, поведенческая конъюктура клиента, база данных и аналитика предпочтений клиентов, безопасность доступа и уровни доступа к информации. В качестве вывода необходимо отметить, что найти программный продукт, который бы отвечал требованиям озвученным выше практически невозможно. Есть вариант купить по отдельным блокам и провести интеграцию со всеми остальными продукта-

ми, но так усложняется взаимодействие сотрудников со средой и друг с другом. Единственным выходом из данной ситуации, по мнению многих руководителей фирм, работающих в данной отрасли при сохранении направленности работы, это написание собственной системы, на открытом языке с полной интеграцией в уже работающие структуры компании. То есть идея данной программы: это сбор, анализ и обработка информации по всем отделам, определение фактической рентабельности и эффективности работы сотрудников в целом и по отдельности вплоть до определения специалитета деятельности; так же выработка стратегии взаимоотношений с клиентом на основе CRM модуля и статистики проводимых работ; а именно типовые решения, общие настройки клиентов, быстрый расчёт за счёт стандартизации, и лояльность цен, используя индивидуализации проектов. Так же данная система позволит организовать постоянную связь с клиентом за счёт модуля контроля за выполнением работ, с удалённым клиентским доступом. Данный продукт конкретно разрабатывается под цели, под узкую специфику организации, что говорит о его конкурентоспособности. Малая стоимость, простота интеграции и понимание персоналом единой среды, возможность корректировок. В заключении автор хотел бы отметить, что данная система была введена на предприятии и производительность труда повысилась на 28% в среднем, число клиентов возросло на 7%. Персонал в целом принял систему положительно. Следовательно, не стоит бояться неординарных решений в бизнесе, бизнес – это риск, и индивидуальный подход к делу который сделает вас успешным.

Список литературы

1. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/>
2. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/>
3. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.crm2web.ru/>