

ЗАБЛУЖДЕНИЯ И МИФЫ О CRM

ассистент Сагер Л. Ю., студент гр. МК-81 Проноза М. С.

В буквальном переводе с английского языка CRM (Customer Relationship Management) – это управление отношениями с клиентами. Существует множество определений CRM-систем, но мы выделим следующее: «CRM – это использование средств получения данных и математических моделей, позволяющих лучше понять потребителя».

То есть CRM – это стратегия, нацеленная на создание долговременных и прибыльных взаимоотношений с заказчиками через понимание их индивидуальных потребностей. Это достаточно эффективный способ привлечения и удержания клиентов, увеличения прибыли, но некоторые CRM-проекты могут быть неудачными. В большинстве случаев так бывает из-за их поспешной реализации, сугубо технологической направленности, нереалистичных сроков исполнения и плохо обозначенных целей.

Рассмотрим некоторые заблуждения о CRM:

1. Зачем нам CRM, ведь можно вести клиентов в бухгалтерской системе. Ошибка: некоторые данные о клиентах там конечно есть, но как же потенциальные клиенты? По статистике меньше 10% клиентов из системной базы делают покупки, т.е. большая часть информации у вас отсутствует.

2. Зачем нам CRM, у нас и так всё нормально работает. Ошибка: да, пока работает. Но где вся информация - у продавца в голове? А что если он уволиться? А знаете ли вы полную историю взаимоотношений с конкретным клиентом, насколько эффективна ваша реклама? Клиенты должны быть собственностью компании, а не конкретного продавца.

3. Мы сами напишем такую программу (CRM-систему). Ошибка: если вы до сих пор не используете такую систему, значит, у вас достаточно аргументов не делать этого. Именно поэтому не стоит писать свою CRM-систему, даже если ваш программист утверждает, что может это легко сделать (хотя на самом деле лучшее, что он сделает – это скопирует то, что уже сделано другими). Вы будете зависеть от своего разработчика – если он уволиться, то новый программист будет разрабатывать систему заново.

4. Наши клиенты будут рады, что у нас есть CRM. Ошибка: сервис бывает плохим при отсутствии внимания к клиенту и при навязывании сервиса. Хорош тот сервис, который точно соответствует желанию клиента. Из того, что вы можете контактировать с клиентом, не надо делать вывод о том, что вы должны делать это постоянно.

5. Чем больше CRM-технологий, тем лучше. Ошибка: серьезный риск кроется в желании многих компаний сэкономить на закупке CRM-приложений и их последующем внедрении. Если при этом «генеральная репетиция» с минимизацией затрат на CRM не удалась, то может возникнуть желание купить «еще CRM», или «больше CRM». Объяснять этот феномен можно по-разному, но очевидно одно: реализация масштабной стратегии стоит дорого.

6. Выберете один из наиболее продаваемых CRM-пакетов - они одинаковы и построены на базовых принципах управления взаимодействием. Ошибка: не все приложения одинаковы и не все они позволяют проводить изменения по мере развития вашего бизнеса.

7. Лучше всего внедрить программное обеспечение со стандартной готовой функциональностью, ведь оно предполагает именно такое использование. Ошибка: готовое программное обеспечение не всегда сможет поддержать бизнес-процессы компании.

8. Как только проект будет внедрен, пользователи увидят возможности нового программного обеспечения и будут с радостью использовать их. Ошибка: эйфория по поводу внедрения новой системы сменяется тенденцией к возвращению к предыдущему стилю работы, только теперь на пути стоят новые технологии.

9. Когда CRM-система будет внедрена, ею больше не нужно будет управлять. Ошибка: оставлять долгосрочную систему на попечение отдела ИТ весьма рискованно. Ваш проект может провалиться, если в данном отделе не будет хватать специалистов, знаний о продажах и маркетинге, или он будет отстранен от бизнес-процессов компании.

10. Как только руководство запустило CRM-проект, кто-то другой должен следить за тем, чтобы задачи проекта были выполнены. Ошибка: оставленные без внимания руководства, CRM-проекты постепенно сходят на нет.

Технологии управления приходят и уходят, но CRM действительно будет актуальной, как эффективнее средство обратной связи.