

Это концепция управления отношениями с клиентами.

В терминах управления бизнесом - это система организации работы front-office с ориентировкой на потребности клиента, на проактивную работу с клиентом

О CRM написано уже так много, что, кажется, не осталось никого, кто хоть что-нибудь да не слышал об этой модной концепции. Однако, большинство публикаций все еще носят только общий и теоретический характер. Руководителей же интересует, каким образом можно применить CRM-решение на конкретном предприятии, как правильно использовать преимущества CRM-подхода с минимальными вложениями финансов и времени. В условиях отсутствия простой и понятной информации появились распространенные мифы о CRM, которые либо привели к неудачному опыту использования CRM-системы, либо к решению отложить ее внедрение до лучших времен. Неизвестность всегда отпугивает. В последнее время «новая волна» более понятных «отраслевых решений», оперирующих знакомыми понятиями и направленными на решение знакомых задач, значительно подогрела интерес к CRM-индустрии. Отраслевые решения смещают фокус внимания в прикладную сферу, более простую и понятную для руководителей.

ОТРАСЛЕВЫЕ РЕШЕНИЯ

По мнению многих экспертов, отраслевые CRM-решения призваны развеять рассмотренные выше мифы. В чем же особенности и отличия этих решений?

Отраслевое решение практически полностью адаптировано согласно потребностям конкретной отрасли, поэтому доля стоимости услуг в CRM-проекте (а также время на внедрение системы) значительно снижается. Кроме того, отраслевое решение содержит в себе опыт и технологии работы различных предприятий отрасли, что еще больше увеличивает его ценность.

В большинстве случаев обычный набор функций, включаемых в стандартную конфигурацию CRM-системы, не востребован в полной мере. Если исключить

необязательную функциональность, то можно сократить время на освоение системы персоналом и, в конечном итоге, повысить количество успешных инсталляций.

Как и в случае с первым мифом, отраслевое решение – это не программа, адаптированная под конкретную отрасль. Вернее, программа – это лишь часть отраслевого решения. Более важную роль в удачном внедрении отраслевого решения играет опыт специалистов (консультантов) по внедрению, их знания особенностей этой отрасли, присущих ей процессов по работе с клиентами и задач, которые стоят перед компаниями. Консультант должен уметь общаться с руководством и специалистами компании-клиента на одном языке, понимать специфические термины в данной отрасли.

Разумеется, наряду с консультантами-внедренцами, важную роль играет команда разработчиков, которая может быстро доработать основную программу и созданные ранее дополнительные модули, специфические для данной отрасли, а также команда технической поддержки, хорошо владеющая знаниями именно по данному отраслевому решению.

www.crm-consultant.ru