

В качестве основных тем семинара были заявлены наиболее актуальные, пожалуй, сегодня вопросы: как повысить эффективность работы компании и удержать платежеспособных клиентов; как запустить активные продажи и организовать допродажи; как обеспечить клиентам высокий уровень сервиса при минимальных затратах и оценить эффективность рекламы на каждый вложенный рубль? Наконец, как вернуть дебиторку с минимальными затратами и не обидеть VIP-клиентов? Технология **CRM** позволяет решить все обозначенные задачи максимально эффективно, а программный продукт «1С:CRM» позволяет автоматизировать этот процесс.

Помимо теоретических замечаний на семинаре были рассмотрены практические примеры использования CRM-технологий в работе компаний различных отраслей, состоялся обзор функциональных возможностей программы.

Заметим, что участниками семинара стали первые лица компаний, руководители отделов маркетинга, отделов продаж – люди, от которых сейчас во многом зависит судьба их бизнеса. Поэтому их мнение о программном продукте особенно интересно.

Сергей Буреш, руководитель направления «1С» ГК «ТюмБИТ»: В сегодняшних непростых для бизнеса условиях, когда нет прежнего сверхбыстрого роста рынка, любому руководителю очевидно, что надо улучшать, а порой, и кардинально менять отношение к клиентам. Просто недопустимо тратить большое количество времени на сбор и анализ данных о клиентах или, например, терять данные о клиентской базе при увольнении менеджера.

Зная, кто является вашими клиентами, с «1С:CRM» вы имеете возможность планировать свою деятельность в соответствии с их потребностями, опираясь на абсолютно объективную информацию. Сегментирование клиентов, анализ в любом разрезе – это, оказывается, совсем не сложно!

Хочу выделить еще один важный для руководителя аспект – контроль эффективности работы отдела продаж. При помощи этой программы он наглядно видит, кто сколько звонков сделал, у кого какое количество продаж и т.д. Все очень прозрачно - огромное поле для принятия управленческих решений!

Елена Сидорова, директор по маркетингу ГК «ТюмБИТ»: Я считаю очень важным способность программы «1С:CRM» отслеживать эффективность маркетинговой деятельности компании. Маркетинговых каналов много, и ни для кого не секрет, что достаточно сложно просчитать, какую выгоду вы получили от проведенных акций, мероприятий или рекламы. Однако руководитель обязан в любой момент времени понимать, сколько его компания зарабатывает на каждый вложенный в продвижение рубль.

В период кризиса компании должны оптимизировать маркетинговый бюджет, а не слепо сокращать его. Понять, что сработало эффективно, а на что вы просто «выбросили» деньги, помогает «1С:CRM». Увидев в режиме реального времени такую аналитику, вы имеете возможность быстро перераспределить ресурсы на продвижение и не потратить лишнего.

Главное, что для этого надо – отстроить процессы в компании так, чтобы каждый сотрудник во время разговора с клиентом заносил в программу нужную информацию (откуда узнали о товаре или услуге, через какой канал и т.д). Ну а маркетологам – фиксировать все свои маркетинговые действия и, главное, анализировать, считать и ДУМАТЬ!

Любовь Лепихина, руководитель отдела ИТС направления «1С» ГК «ТюмБИТ»: Иметь полную информацию о клиенте очень важно, особенно сейчас, когда нужно удержать каждого клиента. «1С:CRM» - очень интересная программа. Вообще, надо сказать, что по данным самой фирмы «1С», «1С:CRM» (наряду с «1С:Бухгалтерией 8» и ИТС) лидирует по уровню продаж.

1С:CRM внедряется как в крупных, так и в небольших организациях, где работает буквально несколько человек. Три года подряд по исследованиям DSS Consulting (г.Санкт-Петербург) продукт «1С:CRM» является абсолютным лидером по количеству успешных проектов внедрения в России.