

УДК 65.011.56

*Собольков Ф.А., студент магистратуры
кафедры «Предметно-ориентированные информационные системы»
института комплексной безопасности и специального
приборостроения федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Московский технологический университет»
Россия, г. Москва*

ЭТАПЫ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ ПО УПРАВЛЕНИЮ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ

***Аннотация:** В текущих реалиях рынка, важной задачей информационных систем является автоматизация взаимоотношений с клиентами для получения максимальной прибыли. Информационные системы по управлению взаимоотношениями с клиентами служат отличным решением данной задачи. В статье рассматриваются этапы внедрения информационных систем по управлению взаимоотношениями с клиентами.*

***Ключевые слова:** система по управлению взаимоотношениями, внедрение информационных систем, автоматизация процессов.*

***Abstract:** In the current market realities, an important task of information systems is to automate customer relationships to maximize profit. Information systems for managing customer relationship are an excellent solution to this problem. The article discusses the stages of implementing information systems for managing customer relationships.*

***Key words:** system for managing relationship, implementing information systems, process automation.*

Проекты по внедрению информационных систем по управлению взаимоотношениями с клиентами не всегда заканчиваются успешно. Основной причиной неудачи является неправильно построенный план внедрения или его отсутствие. Для решения данной проблемы внедрять информационную систему по управлению взаимоотношениями с клиентами необходимо по строгому плану внедрения, не пропуская его этапов. Рассмотрим этапы внедрения информационной системы по управлению взаимоотношениями с клиентом.

Первым является подготовительный этап. На данном этапе перед руководством стоит задача по созданию рабочей группы из сотрудников всех подразделений, рабочий процесс которых, будет затронут в ходе автоматизации. Выбрать нужно руководителей, либо сотрудников, которые лучше всех знают процессы отдела.

Необходимо определиться с задачами и целями внедрения информационной системы по управлению взаимоотношениями с клиентами. Задачами являются проблемы, которые необходимо решить. Целью является конкретный результат, который необходимо достичь. Лучше всего будет разделить цели и задачи на группы, произвести их приоритизацию по степени важности для компании.

Нужно определиться с бюджетом внедрения. Лучше всего определить максимальную и минимальную сумму, так как заранее узнать окончательную сумму очень тяжело. Стоит обратить внимание на то, что большая часть информационных систем по управлению взаимоотношениями с клиентами – это облачные решения и требуют ежемесячной оплаты. Так же стоит учесть затраты на дальнейшую доработку системы, техническую поддержку, плагины и виджеты.

Этап бизнес-анализа является вторым. На данном этапе необходимо произвести анализ бизнес-модели компании. Основная задача анализа заключается в нахождении ключевых процессов, определении их периодичности, сроков, ответственных и ресурсов. Стоит их упорядочить и подумать о возможностях их улучшения.

Провести аудит программного обеспечения, которое используется в компании, анализ решаемых им задач. Отказаться от программных решений, функции которых сможет решать информационная система по управлению взаимоотношениями с клиентами и определить количество пользователей системы. При подсчете сотрудников стоит учесть сотрудников на удаленном доступе, администраторов и руководителей.

Составить и согласовать план-график работ по отбору и внедрению информационной системы по управлению взаимоотношениями с клиентами. Определиться с подходящей информационной системой по управлению взаимоотношениями с клиентами не легко из-за большого обилия решений на рынке. При выборе системы необходимо обратить внимание на популярность решения, масштабируемость, наличие интеграций, обновлений, хорошей поддержки и необходимого функционала.

Третьим является подготовка технического задания. На данном этапе нужно связаться с вендором выбранной информационной системы по управлению взаимоотношениями с клиентами, прописать процессы, подготовить требования к внедряемой системе. Техническое задание должно охватывать все этапы работы с четко прописанными датами и сроками работ. Оно должно быть актуальным, целесообразным и однозначным. Необходимо понимать все пункты настроек и доработок, они должны реализоваться и работать в установленном порядке. Итоговая версия технического задания должна быть подписана для предотвращения дальнейшего внесения правок и исправлений, которые могут повлиять на окончательную стоимость работ.

Этап настройки системы является четвертым. На данном этапе необходимо произвести установку и настройку выбранной информационной системы по управлению взаимоотношениями с клиентами для всех пользователей. Для этого нужно собрать, систематизировать все имеющиеся данные по клиентам и контрагентам из документов, таблиц, блокнотов и других носителей информации. Произвести импорт собранной информации, все накопленные

компанией данные о клиентах должны быть перенесены в единую базу данных информационной системы по управлению взаимоотношениями с клиентами.

Выполнить настройку шаблонов и отчетов. Правильная настройка шаблонов и отчетов облегчит работу сотрудников и позволит ускорить связанные с ними бизнес-процессы. Данную задачу лучше всего решать силами эксперта по настройке шаблонов и отчетов.

Настроить создание резервных копий базы данных, конфигураций и настроек информационной системы по управлению взаимоотношениями с клиентами. Регулярное создание резервных копий обеспечивает защиту от непредвиденных обстоятельств, продуктивность и безопасность данных.

Произвести разграничение права доступа к информационной системе по управлению взаимоотношениями с клиентами. Каждый сотрудник должен иметь набор возможностей, доступ к данным, соответствующий его должности. Настроить запрет на экспорт данных из системы для большей части пользователей.

Выполнить общую настройку информационной системы по управлению взаимоотношениями с клиентами. Все пользователи должны иметь возможность настройки интерфейса системы под себя, вынести необходимые инструменты на рабочий стол, удалить не используемые и оставить только необходимые в работе разделы.

Пятым является этап обучения пользователей. Эффективность внедряемой информационной системы по управлению взаимоотношениями с клиентами во многом зависит от качества обучения пользователей системы. Наилучшим решением будет организованное обучение с одновременным освоением информационной системы по управлению взаимоотношениями с клиентами и изучением документации.

Компании будет необходим штатный эксперт по системе, которому нужно будет изучить систему на уровне администратора, для дальнейшего обучения сотрудников и пониманию бизнес-процессов компании. Таким сотрудником может быть интегратор, фрилансер или текущий сотрудник компании. Лучше,

чтобы он не был собственником или руководителем отдела продаж ввиду того, что он не будет обращать внимания на незначительные ошибки, а с них начинаются все проблемы. Желательно, чтобы данный сотрудник, не был действующим менеджером по продажам в компании, так как личные показатели продаж для него будут в приоритете.

После окончания обучения начинается шестой этап сопровождения и доработки. На данном этапе необходимо поддерживать стабильную работу информационной системы по управлению взаимоотношениями с клиентами. Первый месяц после внедрения необходимо мотивировать, консультировать и продолжать обучение сотрудников для наилучшего освоения ими внедренной системы. Отличным решением будет внедрение системы бонусов при корректном, своевременном внесении данных в систему и при постоянном ее использовании.

Для эффективной работы системы в дальнейшем нужно добавлять и менять бизнес-процессы. Автоматизация рутинных процессов позволит освободить время сотрудников для более важных задач.

Стоит учитывать индивидуальные запросы менеджеров. Помогать с настройкой системы, обновлять шаблоны и отчеты. Внедрять виджеты и производить доработку системы, при обоснованной необходимости.

Активно поддерживать связь с вендором в ходе эксплуатации информационной системы по управлению взаимоотношениями с клиентами. Оформленная техническая поддержка может гарантировать работоспособность системы и защиту от непредсказуемых обстоятельств.

Внедрение информационной системы по управлению взаимоотношениями с клиентами является серьезным проектом, но при правильном проведении процесса внедрения, данное решение может стать новым этапом развития бизнеса.

Использованные источники:

1. Кадыков, М.Н. Особенности внедрения CRM при массовых продажах / М.Н. Кадыков // Sales business.– 2007.– №4.– 12 с.
2. Кузнецов, С.А. Введение в информационные системы/ С.А. Кузнецов // Системы управления базами данных.– 2006.– №2. – С. 7–22.
3. ГОСТ 34.601-90. «Автоматизированные системы. Стадии создания».
- М.: Стандартинформ, 2009.