

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЕНИЯ ИМЕНИ К.Г.
РАЗУМОВСКОГО
(ПЕРВЫЙ КАЗАЧИЙ УНИВЕРСИТЕТ)
БРЯНСКИЙ ОБЛАСТНОЙ КАЗАЧИЙ ИНСТИТУТ ТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра «Естественнонаучных и технических дисциплин»

**АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ
ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ НА
ПРЕДПРИЯТИИ
НА ПРИМЕРЕ РЕКРУТИНГОВОГО АГЕНСТВА ООО «БИ-ВАН-КЕНОБИ»**

Выполнила: студентка Серикова А.А.
Руководитель: доцент к.н. Саблин И.Н.

Цель: автоматизация процессов системы управления взаимоотношениями с клиентами путём внедрения CRM - системы

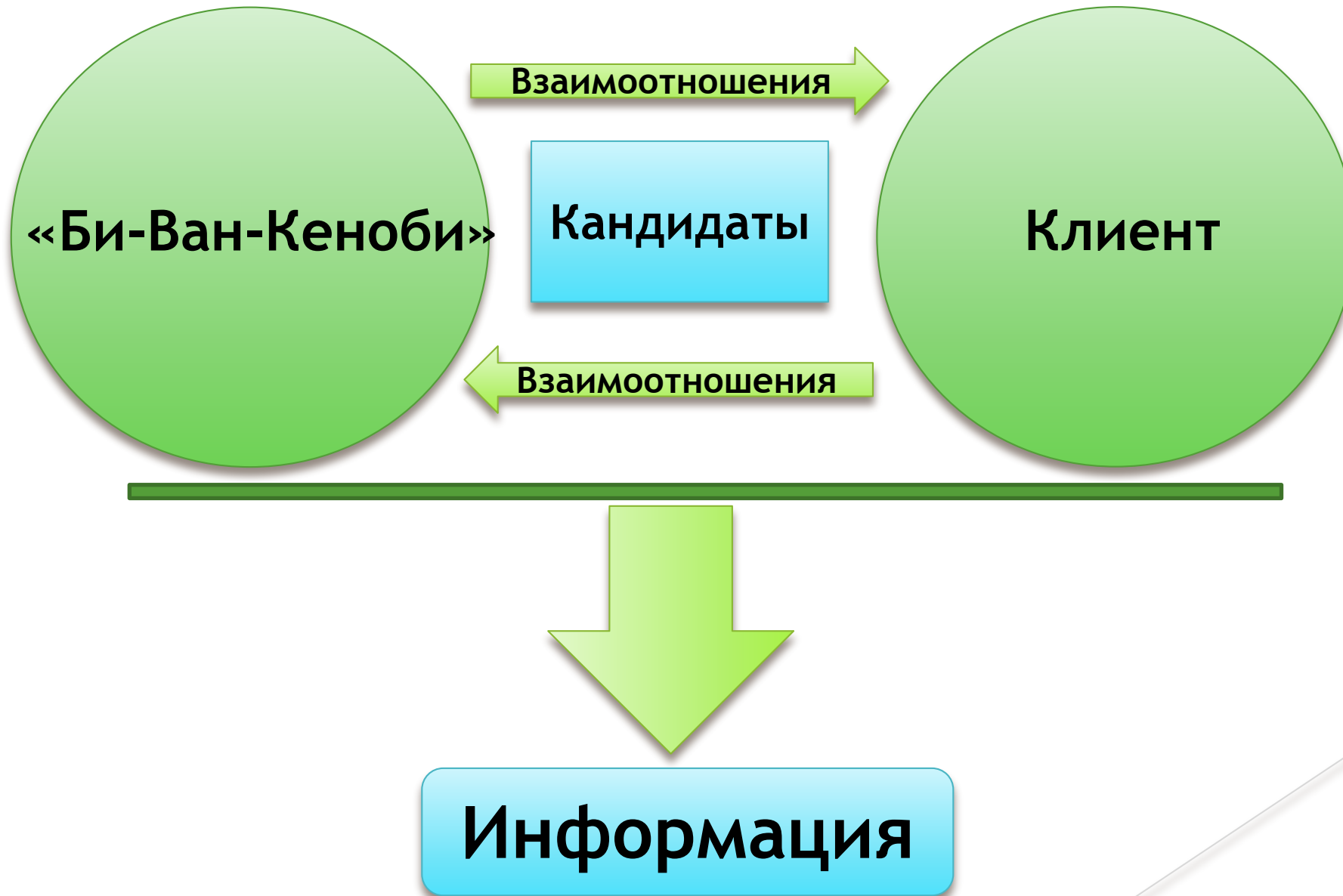
Задачи:

- 1) исследовать теоретические аспекты управления взаимоотношениями с клиентами в организации;
- 2) провести обзор рынка программных продуктов по автоматизации управления взаимоотношениями с клиентами, посредством внедрения CRM-системы;
- 3) изучить основную деятельность;
- 4) проанализировать систему управления взаимоотношениями с клиентами ;
- 5) выбрать и обосновать CRM-систему;
- 6) разработать проект внедрения CRM-системы;
- 7) оценить эффективность предлагаемого проекта.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ

- Главной отличительной чертой CRM-системы, является «клиенто-ориентированный» подход.
- Стратегия CRM основана на применении управленческих и информационных технологий, в связи с которыми компания может собирать информацию о своих клиентах на всех стадиях его жизненного цикла (привлечение, удержание, лояльность) и может извлечь и использовать знания, которые позволят выстроить взаимовыгодные отношения с ними.
- CRM-технологии представляют собой ряд программ, которые позволяют осуществлять важнейшие операции по управлению отношениями с клиентами, такие как:
 - ▶ управление продажами, учет товаров и услуг компании;
 - ▶ обслуживание продукции или услуг, поставленных клиенту;
 - ▶ маркетинг новых и уже существующих товаров и услуг компании в соответствии с клиентской базой компании;
 - ▶ анализ поведения потребителей.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ



Обзор рынка программных продуктов по автоматизации управления взаимоотношений с клиентами посредством внедрения CRM-систем

Наименование	Критерии оценки								Общий балл
	К1	К2	К3	К4	К5	К6	К7	К8	
Битрикс24	5	4	4	5	4	5	3	4	34
Neaktor	4	5	4	4	4	4	4	4	33
Хантфлоу	4	4	4	3	3	3	4	2	27
Е-Staff Рекрутер	5	4	5	5	5	5	4	5	38

Изучение основной деятельности ООО «Би-Ван-Кеноби»

Недостатки:

— Обработка резюме

— Учёт соискателей

— Личное дело кандидата

— Публикация вакансий

— Поиск резюме в интернете

Выбор и обоснование CRM- системы для ООО «Би-Ван-Кеноби»

---E-Staff Рекрутер---

- + Обработка резюме
- + Учёт соискателей
- + Соискатели в работе
- + Личное дело кандидата
- + Публикация вакансий
- + Поиск резюме в интернет
- + Коллективная работа
- + Заказчики
- + Настройка
- + Интеграция

Разработка проекта внедрения CRM-системы для ООО «Би-Ван-Кеноби»

- ▶ Основными результатами использования методологии являются:
 - *максимально эффективное использование ресурсов проекта;*
 - *минимизация сроков и затрат на внедрение;*
 - *уменьшение рисков проекта.*

On Target компании Microsoft.

- ▶ Методология направлена на достижение следующих целей:
 - *обеспечить согласованность иерархии целей и задач проекта, его временных границ и ожидаемых результатов;*
 - *определить требования к проектным командам с обеих сторон, а также порядок их взаимодействия;*
 - *учесть приоритетность проводимых работ и разделение рисков/ответственности с фиксацией ролей Исполнителя и Заказчика;*
 - *обеспечить реализацию требований к системе согласно составу задач и описанию бизнес-процедур;*
 - *обеспечить безболезненный переход к работе в новом информационном окружении.*

Разработка проекта внедрения CRM-системы для ООО «Би-Ван-Кеноби»

Для реализации проекта, необходимо разработать проектную документацию, а именно:

паспорт проекта
(Приложение А)

план управления проектом
(Приложение Б)

регламент проекта
(Приложение В)

Оценка эффективности предлагаемого проекта

$$\text{ЧДД} = \sum_{i=1}^n \frac{\Pi_i + A_{oi}}{(1+r)^n} - K$$

$$\text{ЧДД} = \sum_{i=1}^n \frac{\Pi_i + A_{oi}}{(1+r)^n} - \left(\frac{8120000}{1+0,11} + \frac{7955000}{(1+0,11)^2} + \frac{7584000}{(1+0,11)^3} \right) - 400000 = 14497093,7$$

$$\text{ИД} = \sum_{i=1}^n \frac{\Pi_i + A_{oi}}{(1+r)^n} \div K$$

$$\text{ИД} = \sum_{i=1}^n \frac{\Pi_i + A_{oi}}{(1+r)^n} \div \left(\frac{8120000}{1+0,11} + \frac{7955000}{(1+0,11)^2} + \frac{7584000}{(1+0,11)^3} \right) \div 400000 = 36,243$$

$$T_{OK} = \frac{K}{\sum_{i=1}^n \frac{D_i}{(1+r)^k} \div n}$$

$$T_{OK} = \frac{K}{\sum_{i=1}^n \frac{D_i}{(1+r)^k} \div n} = \frac{400000}{\left(\frac{8120000}{(1+0,11)} + \frac{7955000}{(1+0,11)^2} + \frac{7584000}{(1+0,11)^3} \right) \div 3} = 1,2$$

Заключение

1. Изучены теоретические аспекты управления взаимоотношениями с клиентами
2. Произведен обзор рынка программных продуктов, описаны их особенности и возможности
3. Изучена основная деятельность исследуемой организации.
4. Проанализирована система управления взаимоотношениями с клиентами, выявлены ее недостатки
5. Выбрана и обоснована CRM-система для ООО «Би-Ван-Кеноби»
6. Разработан проект внедрения «E-Staff Рекрутер»
7. Произведена оценка эффективности проекта

Спасибо за внимание!