

Yasen-podillya.
bitrix24.ua

АУДИТ

КОРПОРАТИВНОГО ПОРТАЛА

СОДЕРЖАНИЕ

Содержание	2
Общие возможности CRM	
.....3	
Работа с	
Задачами.....4	4
Раздел CRM компании:	
Лиды	5
Контакты	7
Компании	8
Сделки	9
Счета	10
Коммуникация с	
клиентом.....11	11
Настройки	
Автоматизации.....12	12
Общие выводы	
.....13	13
Рекомендации	
.....14	14

ВОЗМОЖНОСТИ CRM

✓ **Управлять взаимоотношениями с клиентами**

Используйте на 100% вашу базу клиентов. Вы всегда будете знать когда и каким клиентам звонить, чтобы они купили!

✓ **Автоматизировать рутинные процессы**

Управляйте всеми составляющими бизнеса - учетом клиентов, коммуникациями, финансами, документооборотом, рассылками. CRM-система сэкономит ваше время на отчетности и позволит выстроить воронку продаж, отследить, какие проекты эффективны и приносят больше прибыли ..

✓ **Повысить эффективность работы команды**

Работа через CRM-систему позволяет увидеть, кто из сотрудников чем занят, какие у кого нагрузки и насколько эффективен каждый работник. Назначайте задачи сотрудникам на сегодня, на завтра и на следующую неделю. Тайм-трекер рассчитает потраченное время на проекты до секунды.

✓ **Хранить информацию в одном месте**

CRM-система сохраняет все данные по проектам, клиентам и контактам в едином месте. Нужная информация всегда под рукой у каждого из сотрудников. Быстрый доступ к данным поможет оперативно обслуживать клиентов.

РАБОТА С ЗАДАЧАМИ

Анализ CRM:

- ✘ Есть масса несистематизированной информации в Живой ленте
- ✘ Нет учета выполнения поручений
- ✘ Нет возможности анализа эффективности сотрудников

Вывод:

Не используются возможности функционала портала. Часть коммуникаций между сотрудниками в Живой ленте могла бы быть задачами. Такие задачи всегда структурированы, их легко найти и узнать подробности. Работа ведется не систематично и без четкого контроля со стороны вышестоящего руководства.

CRM: ЛИДЫ

Лид является вводной точкой клиента в CRM. В большинстве моделей продаж данная сущность предполагает квалификацию контактов. Квалификацию потенциального клиента можно произвести при первом контакте с ним, данная процедура занимает незначительное время (5-10 минут). Далее менеджер должен или отбраковать лид или конвертировать в другие сущности, такие как Компания, Контакт и Сделка

Анализ CRM:

- ✘ В статусе «Не обработан» находится 36 лидов. Преимущественно это автоматически созданные лиды, поступившие с почты сотрудников.
- ✘ Все поля списка стандартные.
- ✘ За все время работы не было сконвертировано ни одного лида.
- ✘ Включена функция повторных лидов, что приводит к созданию лида даже при его существовании в Kontakтах, при текущей ситуации обработки лидов данную функцию лучше отключить.

Вывод:

Работа с лидами не ведется. Накапливается несистематизированная информация, которую в будущем будет сложно и долго приводить в должный вид.

CRM: КОНТАКТЫ

Анализ CRM:

- ✘ По контактам не ведутся дела.
- ✘ Не настроены пользовательские поля.
- ✘ Нет возможности сегментировать базу
- ✘ Не настроены типы контакта.

Вывод:

Раздел «Контакты» не используется по назначению. Менеджеры не могут запланировать звонки, а руководитель отследить активность. Нет возможности сегментации базы для системной работы, анализа и проведения рекламных компаний

CRM: КОМПАНИИ

- ✘ Раздел не используется
- ✘ Не настроены отображения полей
- ✘ Не возможно сегментировать базу.

Вывод:

Ситуация аналогична «Контактам»

Менеджеры планируют звонки клиентам в системе. Нет возможности сегментации базы для системной работы, анализа и проведения рекламных компаний

CRM: СДЕЛКИ

- ✘ Раздел не используется
- ✘ Нет возможности запланировать дела и не понятно, когда планирует менеджер связаться с клиентом.
- ✘ Настройка списка не произведена
- ✘ Не созданы направления сделок

Вывод:

Менеджеры не используют дела, нет возможности посмотреть корректную аналитику по воронке продаж.

Также нет возможности реально оценить, какой канал рекламы приносит максимальную прибыль компании

Отсутствуют направления сделок, настройка которых позволит структурировать продажи компании в целом

CRM: СЧЕТА

Анализ CRM:

- ✘ Не настроены причины для неоплаченного счета.
- ✘ Не настроены стадии счета.
- ✘ Не настроены поля в счете.
- ✘ Счетами компания не пользуется, но в Живой ленте есть частные случаи.

Вывод:

Для качественной работы инструмента «Счета» обязательно должен присутствовать начальный этап и два финальных статуса - для успешного и неуспешного исхода. Что позволит видеть сколько счетов выставлено и оплачено. А так-же понимать причины проигрыша .

КОММУНИКАЦИЯ С КЛИЕНТОМ

Телефония:

- ✘ Не подключена

Подключение корпоративной почты к CRM:

- ✘ Не выполнено. Заявки с почты не поступают в CRM
- ✘ Подключена личная почта сотрудника, с которой приходят рассылки и заполняют CRM ненужными лидами в большом количестве

Подключение социальных сетей и CRM - форм:

- ✘ Facebook сообщения и комментарии
- ✘ Viber
- ✘ Instagram
- ✘ Telegram
- ✘ Обратный звонок
- ✘ CRM - форма

Подключение виджета на сайт:

- ✔ Включено, но не установлено

Вывод:

Необходимо подключить все доступные каналы коммуникации для получения большего числа заявок.

АВТОМАТИЗАЦИЯ

Работа с клиентами и продажами состоит из множества рутинных операций - планирование встреч, работа с почтой и звонками, постановка задач и контроль их выполнения.

В CRM – Битрикс24 есть инструмент автоматизации рутинных процессов компании – роботы. Что же такое "робот"? Это заранее спланированный алгоритм обработки лидов и сделок, который запускается когда заявка перешла в нужный статус.

К примеру, вы получите письмо от клиента, а система сразу создаст задачу, запланирует встречу и поставит напоминание. А вы в это время можете выпить чашечку кофе. Вернее могли бы если правильно настроить CRM под Вашу компанию :)

Анализ CRM:

- ✘ На сделках и лидах не настроены роботы
- ✘ В сделках не используются бизнес процессы

Вывод:

*Необходимо прописать сценарий работы сотрудников в CRM
Максимально автоматизировать бизнес – процессы
компании.*

*Это поможет повысить доход компании и сократить
операционные расходы, увеличить лояльность клиента и его
средний чек*

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

Исходя из полученной информации, мы пришли к выводу, что Ваша CRM настроена некачественно и не закрывает даже основные потребности компании. Полезные инструменты не используются.

- В ходе анализа выявлены критические ошибки в настройках, из-за которых компания теряет потенциальных клиентов на всех стадиях (Лиды, Контакты, Компании, Сделки и Счета)
- Нет четкого алгоритма действий менеджера
- Не используется автоматизация бизнес - процессов
- Не ведется контроль работы сотрудников
- Возможности CRM – маркетинга не задействованы
- Скорее всего до руководства не донесли, как использовать CRM для контроля сотрудников, анализа данных и тд
- Рядовые сотрудники не достаточно обучены работе с инструментами

РЕКОМЕНДАЦИИ

- ✓ Проработать сценарий работы сотрудника в Битрикс24;
- ✓ Настроить CRM под Вашу компанию;
- ✓ Определить точки контроля работы в CRM;
- ✓ Произвести интеграцию с системами коммуникации сотрудника и клиента;
- ✓ Произвести обучение сотрудников и тестирование;
- ✓ Производить контроль работы в системе и вносить изменения, если такие потребуются в дальнейшем.
- ✓ Проведение аудита раз в 3 или 6 месяцев для максимально эффективной работы

Спасибо за внимание!

ПОЗВОНИТЕ ИЛИ НАПИШИТЕ НАМ

 +38 (099) 636 5 888

 +38 (097) 680 7 515

 info@primelab.com.ua

 www.primelab.com.ua