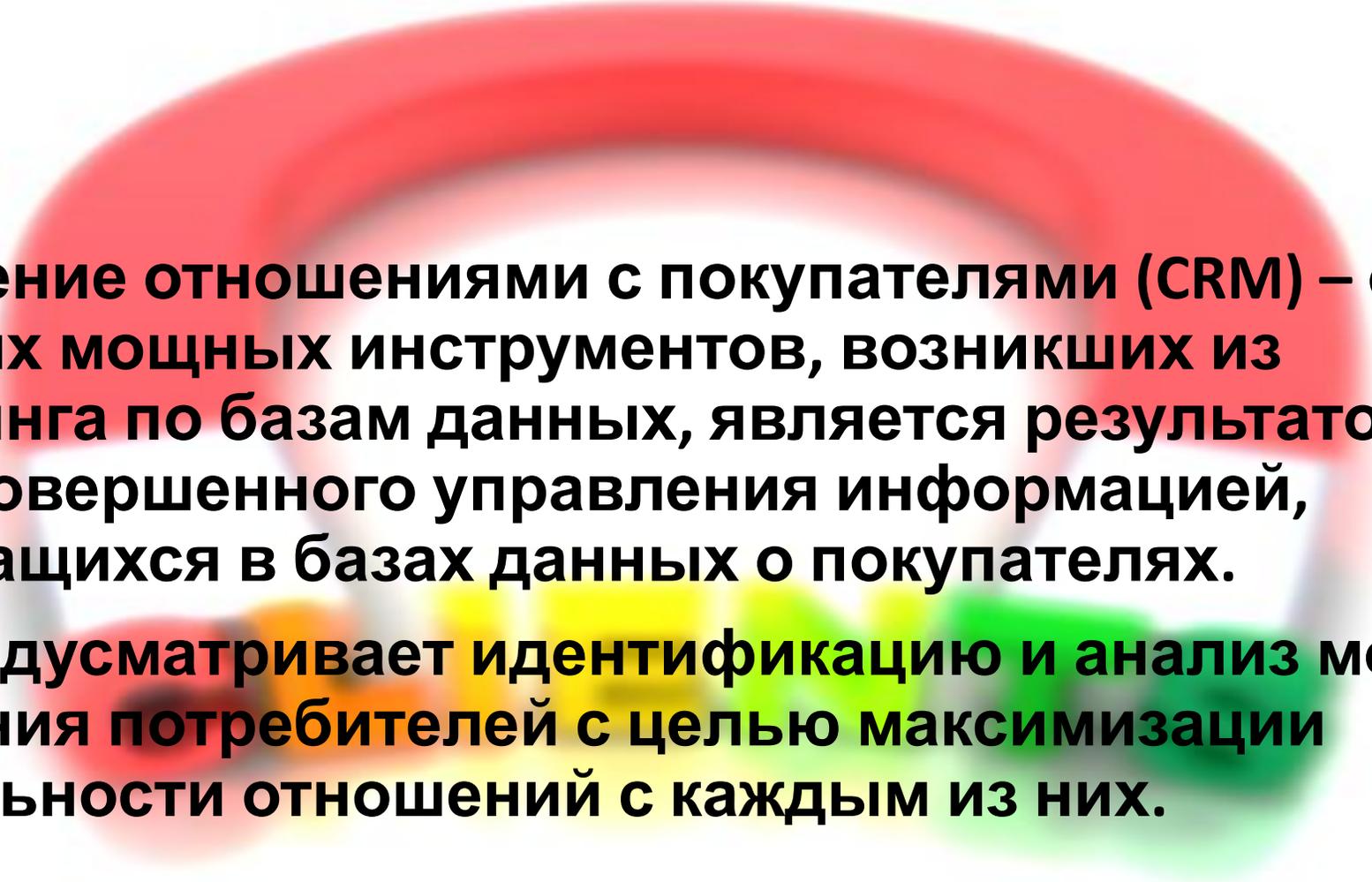


**Маркетинг -
управление
прибыльными
отношениями с
клиентами**



Г.Кенан
Б.Агамуста
М.Фарид

- **Лидерам рынка давно известно, как важно для увеличения конкурентоспособности компании построение доверительных отношений с клиентами. И здесь на помощь бизнесу приходит относительно новый инструмент — системы CRM.**
- **Каким образом применение специализированных систем автоматизации помогает повысить лояльность клиентов, какие еще преимущества дает внедрение CRM, каковы их основные виды и какие продукты для управления работой с клиентами наиболее перспективны в тех или иных отраслях бизнеса — читайте об этом в нашей статье.**

- 
- **Управление отношениями с покупателями (CRM) – один из самых мощных инструментов, возникших из маркетинга по базам данных, является результатом более совершенного управления информацией, содержащихся в базах данных о покупателях.**
 - **CRM предусматривает идентификацию и анализ моделей поведения потребителей с целью максимизации прибыльности отношений с каждым из них.**

КЛИЕНТЫ

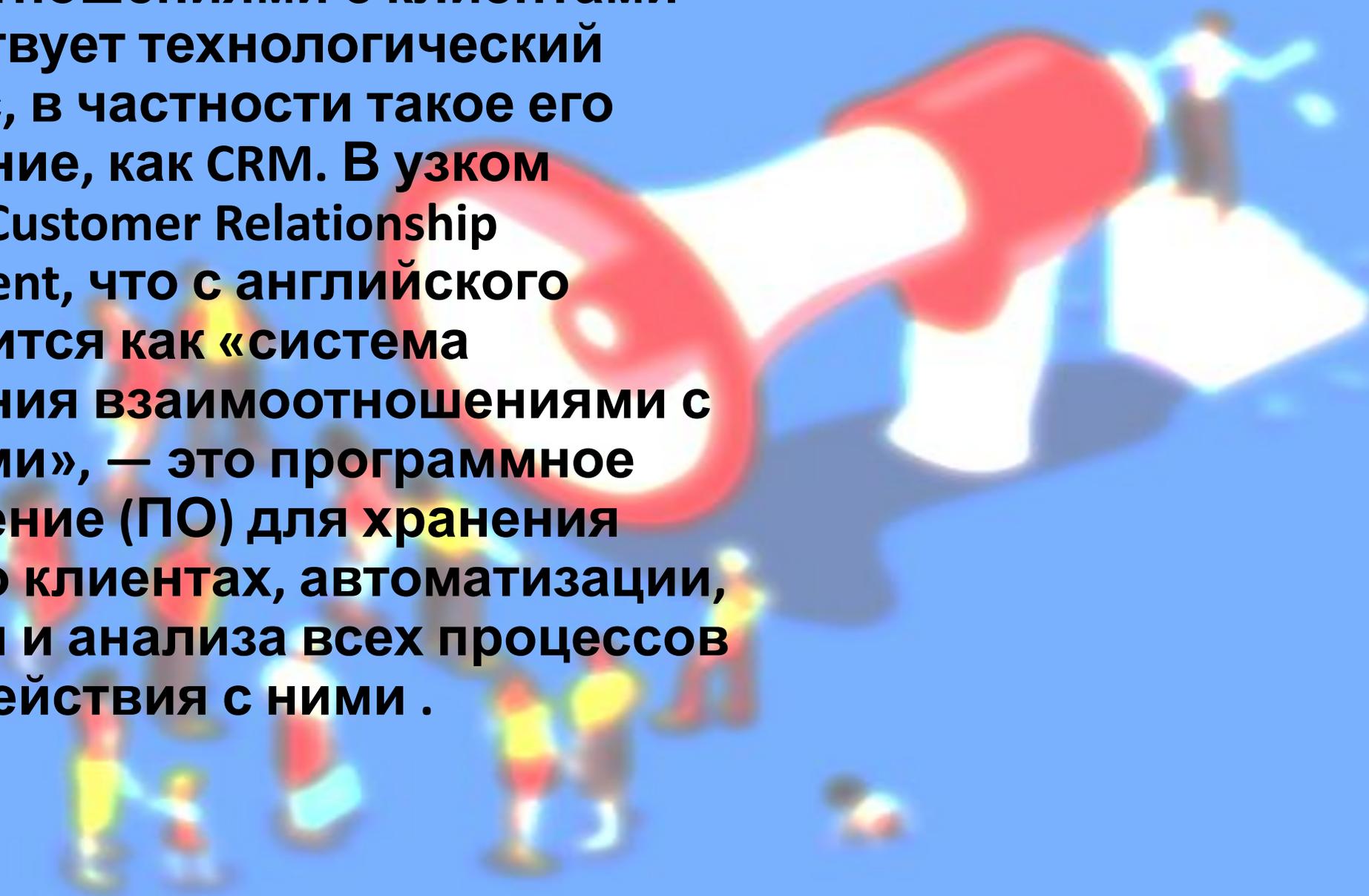
КЛИЕНТЫ

КЛИЕНТЫ

КЛИЕНТЫ

- **Стратегия управления отношениями с клиентами: CRM и лояльность** Самый ценный ресурс любой компании — это клиенты. В современных экономических условиях важно максимально сократить отток потребителей и повысить их прибыльность. Сегодня этого невозможно достичь без формирования доверия и лояльности. Основами доверия являются эффективное управление клиентами и индивидуальный подход к каждому из них. Хорошее знание клиента позволяет коренным образом изменить бизнес-модель: от неэффективной стратегии поиска новых потребителей под предлагаемые решения перейти к разработке решений для существующих клиентов с учетом их запросов. Такое персонализированное обслуживание — прямой путь к формированию лояльности, а значит, повышению ценности клиентской базы и успешности компании.

- **Эффективному управлению взаимоотношениями с клиентами способствует технологический прогресс, в частности такое его достижение, как CRM. В узком смысле Customer Relationship Management, что с английского переводится как «система управления взаимоотношениями с клиентами», — это программное обеспечение (ПО) для хранения данных о клиентах, автоматизации, контроля и анализа всех процессов взаимодействия с ними .**

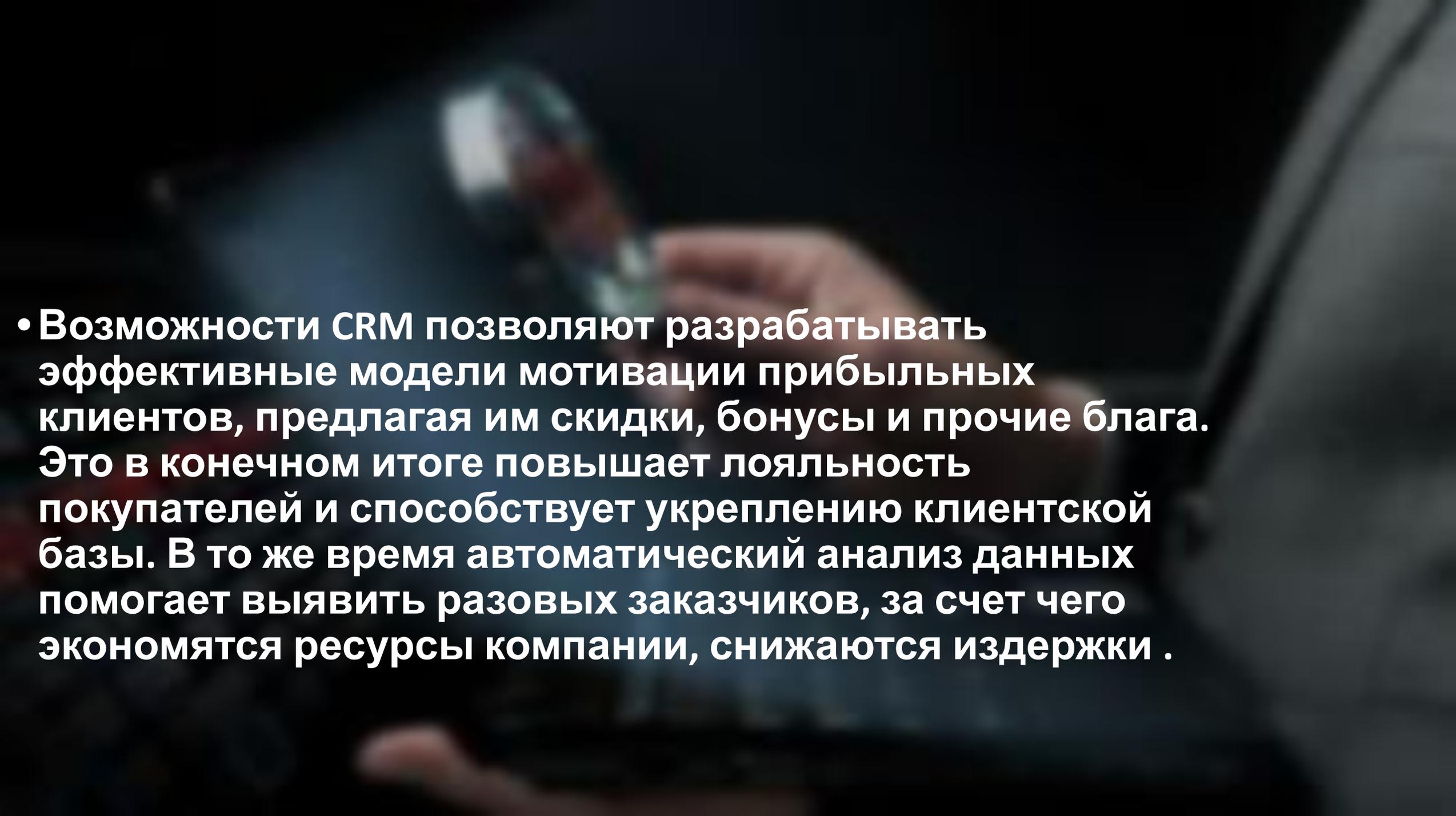


- **Функции CRM** В общем виде цель внедрения CRM — это автоматизация и оптимизация всех процессов взаимодействия с покупателями путем эффективного управления информацией о клиентах. В результате выстраиваются продуктивные взаимовыгодные отношения с потребителями, повышается ценность клиентской базы за счет привлечения и удержания прибыльных заказчиков. На каждом из этапов взаимодействия с клиентами CRM выполняет определенные функции, позволяя решать конкретные задачи .

- На стадии маркетинга возможности CRM позволяют выявлять потенциальных покупателей путем рассылки информации о продуктах, анализировать потребности и прогнозировать поведение клиентов с помощью исследований и опросов, вести историю взаимодействия с каждым клиентом для более эффективного сотрудничества. Одна из функций CRM — автоматизация процесса продаж, что делает возможным контроль всех этапов сделки. Информация о статусе заказа доступна в режиме реального времени. CRM позволяет оптимизировать документооборот по сделкам, планировать задачи, обеспечивает быстрый обмен информацией между сотрудниками компании и клиентами.



- **Важная функция CRM — управление обслуживанием клиентов после совершения сделки, что предполагает автоматизацию процессов планирования и контроля доставки товаров, обеспечение обратной связи, работу с претензиями, отслеживание запросов на сервис. Наконец, внедрение CRM дает возможность автоматически анализировать данные о работе компании, что позволяет оперативно и грамотно планировать бизнес-стратегии.**

- 
- **Возможности CRM позволяют разрабатывать эффективные модели мотивации прибыльных клиентов, предлагая им скидки, бонусы и прочие блага. Это в конечном итоге повышает лояльность покупателей и способствует укреплению клиентской базы. В то же время автоматический анализ данных помогает выявить разовых заказчиков, за счет чего экономятся ресурсы компании, снижаются издержки .**

- **Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами при правильном применении помогают значительно повысить продуктивность компании. Основные процессы, за счет которых это достигается: сегментация клиентской базы позволяет выявить наиболее прибыльных потребителей, что напрямую ведет к росту продаж; прибыль компании увеличивается за счет эффективного осуществления перекрестных продаж.**

- **Перекрестные продажи — предложение существующим клиентам дополнительных товаров и услуг — эффективный путь увеличения дохода. Но не всякий продукт и не всякий покупатель способствуют повышению суммарной прибыли. Анализ при помощи CRM помогает осуществлять кросс-продажи наиболее результативно. на основе анализа статистических данных достигается оптимизация каналов продвижения товаров/услуг, благодаря чему снижаются издержки; улучшение качества обслуживания способствует повышению удовлетворенности клиентов, что косвенно приводит к увеличению доходов; растет уровень подготовки и мотивации сотрудников, их работа становится более результативной; анализ продаж помогает увеличивать прибыль от текущих сделок, разрабатывать успешные управленческие стратегии; за счет автоматизации бизнес-процессов повышается результативность продаж, растет число удачных сделок; доступ к единой базе данных экономит время, затрачиваемое на поиск потенциальных покупателей и сбор данных о клиентах.**