

CRM технологии в логистическом процессе современного предприятия

И.С. Назаренко

С каждым годом ситуация на CRM-рынке изменяется в лучшую сторону. Основным фактором этих изменений является растущая конкуренция в различных отраслях. Управление отношениями с клиентами является неотъемлемой функциональной областью современной комплексной информационной системы предприятия. CRM (Customer Relationship Management - управление отношениями с клиентами) дает возможность конкурировать не только за счет автоматизации операционных бизнес-процессов, но и благодаря появившимся огромным возможностям по анализу существующих и потенциальных клиентов. В результате усиления конкуренции активно формируется потребность в переходе к клиент-ориентированной модели ведения бизнеса, выборе и внедрении CRM решений. Компании отличаются по уровню развития, масштабам бизнеса и сложности решаемых задач. Большая часть компаний делает первые шаги в использовании CRM технологий и испытывает потребность в простых и удобных решениях, предназначенных для ведения клиентской базы, планирования рабочего времени, управления контактами и т.д. [3]. Процесс оперативного внедрения управления взаимосвязями с клиентами вызывает многообразные изменения в бизнес-структурах и процессах, что имеет особенно важное значение для логистики. Поскольку соответствующее информационное сопровождение логистического процесса позволяет решить задачи повышения эффективности управления современным предприятием. Рассмотрим процесс внедрения CRM системы на примере ОК «РУСАЛ» Аллюминиевого завода «АЛСКОН».

Алюминиевый завод «АЛСКОН» было запущен в 1997 году. В рамках стратегии ОК «РУСАЛ» по увеличению объемов производства первичного алюминия в 2006 г. приобрел 77,5 % пакет акций компании «АЛСКОН» (Aluminium Smelter Company of Nigeria). Предприятие расположено в Нигерии, в штате Аква Ибом, на реке Имо. Компания «АЛСКОН» включает в себя алюминиевый завод (электролизный, анодный и литейный цеха), порт на реке Имо и газозлектростанцию.

Существующее информационное обеспечение коммерческого процесса предприятия не удовлетворяет современным социально-экономическим условиям деятельности Алюминиевого завода «АЛСКОН». Выдвигаемые совместно с руководителями среднего звена Алюминиевый завод «АЛСКОН» основные требования к программному обеспечению были переведены в критерии и представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика действующего программного обеспечения (ПО) и требуемого

| № | Критерии | Действующее программное обеспечение (IBM AS 400) | Требуемое программное обеспечение |
|----|---------------------------|--|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | <i>Расширенный поиск</i> | Есть только простой поиск | Поиск по незаполненным полям. Для каждого типа поля свои возможности для поиска. Для полей типа «дата» можно использовать понятия «текущий день», «неделя», «месяц» и т.д. При поиске по справочнику можно отметить несколько значений или групп. Есть сравнение полей. |
| 2. | <i>Групповые операции</i> | Есть несколько групповых операций для компаний на добавление | Для любого объекта в системе есть групповые операции. И не только на добавление, но и на изменение и удаление. |

Продолжение таблицы 1

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|----|------------------------|---|--|
| 3. | <i>История и планы</i> | История ведется по компании и контактному | История ведется по компании, контактному лицу, по работе (сделке) и этапу работы |

| | | | |
|-----|--|--|--|
| | | лицу | |
| 4. | <i>Группы</i> | Только для компаний | Для компаний, контактных лиц и работ. Группы - это многоуровневый справочник. |
| 5. | <i>Использование информационной системы CRM на базе программного обеспечения</i> | Нет | Информационная система, которая предназначена для автоматизации процессов взаимоотношений с клиентами; помогает организовать эффективную работу отделов продаж, маркетинга, сервисного обслуживания на всех этапах взаимодействия с клиентами. |
| 6. | <i>Счета, накладные, платежки</i> | Есть только дата отгрузки (дата накладной). Если дата отгрузки стоит, то считается, что отгружены все продукты сделки. | Есть счета, накладные, платежки и другие документы. Продукты можно отгружать частями. |
| 7. | <i>Оперативные модули</i> | Клиенты, рассылка, сделки. | Компании, контактные лица, работы, этапы работ, продажи, календарь, пакеты, воздействия, накладные, платежки, счета. |
| 8. | <i>Планирование звонков и встреч</i> | Есть | Есть создатель плана и исполнитель, дата начала и окончания, разные поля для плана и результата. |
| 9. | <i>Отчеты по продажам</i> | Отчеты строятся только по деньгам и отгрузкам. | Отчеты позволяют строить не только отчеты по продажам (деньги и отгрузки), но и любые отчеты по данным, которые есть в системе. Отчеты можно сохранять. Доступен расширенный запрос. |
| 10. | <i>ABC и XYZ анализ</i> | Нет | ABC и XYZ-анализ интегрирован в отчеты и строится по любым данным. |
| 11. | <i>Воронка продаж</i> | Нет | В воронке есть возможность прогнозировать денежные поступления и получать полезную статистику: средняя длительность работы с клиентом, среднюю длительность каждого этапа, количество отказов и т.д. Доступен расширенный запрос, что открывает огромные возможности для анализа продаж. |
| 12. | <i>Причина отказа клиента</i> | Одна на каждую сделку. | На каждый продукт работы (сделки) сделки своя причина отказа. |
| 13. | <i>База знаний</i> | Одна для всех. | Для каждого отдела может быть своя база знаний. |
| 14. | <i>Показатели</i> | Нет | Для каждого пользователя системы можно назначать различные показатели, такие как объем продаж, количество новых клиентов, встреч и т.п. Наглядное сравнение планов с фактами. |
| 15. | <i>Период внедрения</i> | Относительно длительный | Краткосрочный |
| 16. | <i>Инновационность программного обеспечения</i> | Устаревшее | Современное |
| 17. | <i>Стоимость</i> | Дорогостоящее | Относительно дешевле, доступно, простота установки. |

Алюминиевый завод «АЛСКОН» работает на базе платформы IBM AS 400 более 15 лет. Прикладная система IBM AS/400 – это большое семейство мощных миникомпьютеров с единой архитектурой аппаратных и программных средств. AS/400 разработана и распространяется как полностью законченная система. Это означает, что все функции и возможности, обычно используемые в бизнесе, полностью интегрированы в операционную систему IBM Operating System/400 (OS/400) [4].

AS/400 обеспечивает чрезвычайно высокий уровень защиты всех системных ресурсов. Объясняется это тем, что в отличие от всех остальных платформ, защита в AS/400 реализована на аппаратном уровне, распространяет свое действие на все объекты системы и принципиально не может быть взломана (по крайней мере, таких случаев не зафиксировано) [6].

Главными недостатками операционной системы AS 400 являются:

1. Сравнительно высокие затраты на ее внедрение;
2. Потенциальное ограничение пропускной способности;
3. Низкая производительность сервера;

4. Большая длина кабеля;
5. AS/400 должна управлять всеми соединениями;
6. Ограниченный выбор протоколов: только протоколы DLC и TCP/IP и др.

В процессе исследования стало очевидно, что предприятию необходимо информационное обеспечение для оптимизации взаимоотношений с клиентами. Эту задачу способны решить в большей степени CRM системы. При этом CRM определяется как концепция управления не только отношениями с потребителями в условиях активной конкуренции, которая направлена как на максимизацию удовлетворения их потребностей, но и нацеленностью на максимальное освоение потенциала всех остальных партнеров в интересах предприятия.

Планируемые результаты внедрения этой системы представлены на рис. 1.

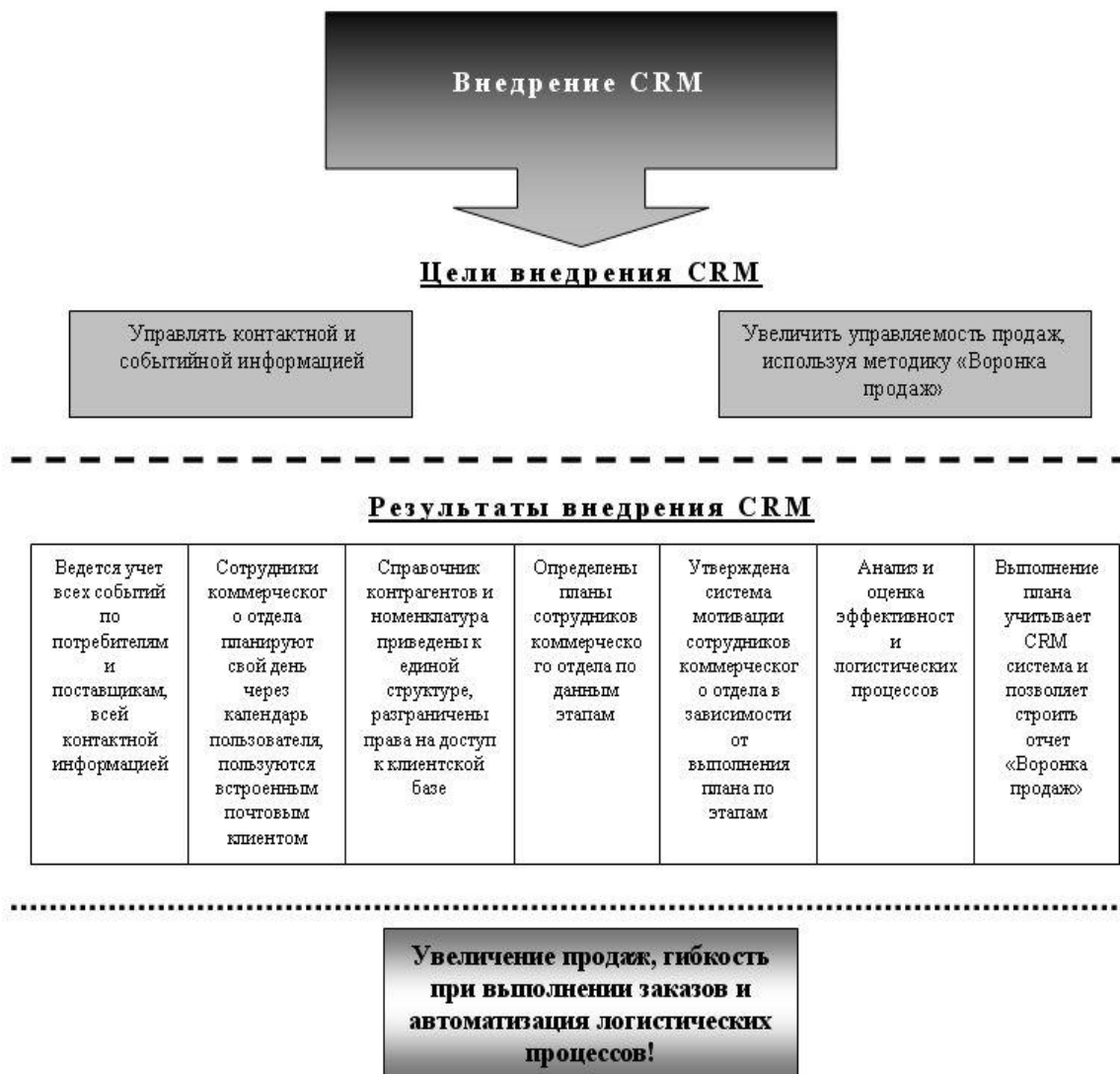


Рисунок 1 – Планируемые результаты внедрения CRM системы на ОК РУСАЛ Аллюминиевый завод «АЛСКОН»

Внедрение CRM системы позволяет:

1. Формировать заказы в программном продукте, осуществлять расчеты в электронном виде;
2. Использовать индивидуальный подход к нуждам и требованиям каждого потребителя;

3. Систематизировать информацию о поставщиках: сроки исполнения заказов, условия доставки продукции, надежность поставок, номенклатура и цены поставляемого сырья и материалов;
4. Автоматически оповещать пользователей о предстоящих контактах с контрагентами и других событиях (в частности, о днях рождения контактных лиц, изменениях в адресе и любой другой контактной информации);
5. Хранить полную контактную информацию по контрагентам и их сотрудникам, историю взаимодействия с ними;
6. Планировать рабочее время за счет контроля оперативных рабочих планов;
7. Анализировать незавершенные и завершенные сделки с покупателями и потенциальными потребителями;
8. Планировать предстоящие сделки с покупателями и потенциальными потребителями;
9. Регистрировать каждое обращение потенциального потребителя и в дальнейшем анализировать процент привлечения потребителей;
10. Контролировать состояние и периодичность запланированных контактов и сделок;
11. Проводить интегрированный анализ отношений с потребителями;
12. Анализировать и оценивать эффективность логистических процессов и операций.

Для интеграции подсистем учета и анализа информации о заказчиках и реализуемой им продукции, как неотъемлемой частью логистического процесса, наиболее эффективной представлялась руководству предприятия информационная система CRM на платформе программного продукта «1С: Предприятие 8». Таким образом, перед Алюминиевым заводом стала задача выбора оптимальной версии/модуля. Поэтому была проведена сравнительная характеристика информационных систем CRM на платформах: 1С:Предприятие 8.Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM), 1С: Предприятие 8. CRM ПРОФ и 1С: Предприятие 8. CRM. Базовая версия, приведенные в таблице 2.

Таблица 2 – Сравнительная характеристика информационных систем CRM на платформе «1С: Предприятие 8»

| Параметры | Характеристика программного продукта | Стоимость | Дополнительные услуги |
|---|---|-------------|-------------------------------------|
| Название программного продукта | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1С: Предприятие 8.Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM) | Программный продукт позволяет в комплексе автоматизировать бизнес-процессы предприятия, задачи оперативного и управленческого учета, анализа и планирования торговых операций, создать эффективные механизмы взаимоотношений с клиентами. Продукт помогает организовать согласованную работу всех отделов компании, в том числе отделов закупок, продаж, маркетинга, сервисного обслуживания и службы качества. «1С:Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)» предназначен в первую очередь для: - Организаций оптово-розничной торговли - Проектных организаций | 19 900 руб. | Не требует дополнительной лицензии. |

Продолжение таблицы 2

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|---|---|---|
| | - Сервисных организаций - Организаций сферы услуг - Выделенных торговых подразделений производственных компаний и т.д. | | |

| | | | |
|--|---|--------------------|--|
| <p>1С: Предприятие 8. CRM ПРОФ</p> | <p>«1С:CRM ПРОФ» предназначено для автоматизации процессов взаимоотношений с клиентами. Решение помогает организовать эффективную работу отделов продаж, маркетинга, сервисного обслуживания на всех этапах взаимодействия с клиентами.</p> <p>«1С:CRM ПРОФ» - универсальное решение с возможностью использования как самостоятельной программы для автоматизации функций CRM, так и в качестве дополнения к функционалу CRM Типовых конфигураций фирмы «1С» на платформе «1С:Предприятие 8.0».</p> <p>«1С: CRM. ПРОФ» интегрируется (путем объединения) с типовыми конфигурациями: «1С:Предприятие 8.0. Управление торговлей», «1С:Предприятие 8.0. Управление производственным предприятием». При использовании «1С:CRM ПРОФ», как самостоятельной, отдельно стоящей конфигурации программа включает блок обмена данными с учетными системами: «1С:Бухгалтерия предприятия 8.0» и «1С:Бухгалтерия 7.7».</p> | <p>10 800 руб.</p> | <p>Доп. лицензия на: - 50 пользователей - 207 000 руб.; - 5 пользователей - 24 200 руб.; - 20 пользователей - 86 300 руб.; - 100 пользователей - 396 800 руб.; - 10 пользователей - 44 900 руб.; - 1 пользователя - 5 200 руб.</p> |
| <p>1С: Предприятие 8. CRM. Базовая версия</p> | <p>«1С: Предприятие 8. CRM. Базовая версия» представляет собой однопользовательскую программу, которая позволяет автоматизировать процессы управления взаимоотношениями с клиентами и поставщиками в компаниях малого бизнеса и у индивидуальных предпринимателей. В средних и крупных компаниях продукт «1С: CRM. Базовая версия» может использоваться для задач локальной автоматизации рабочих мест отдельных сотрудников.</p> <p>Продукт «1С: CRM. Базовая версия» обеспечивает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сбор, хранение и обработку информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними; - Оперативное получение полной информации о клиентах и сделках; - Автоматизацию процесса продаж и закупок, телемаркетинга и e-mail рассылок; - Сбор, хранение и быстрый доступ к «базе знаний» компании; - Сокращение временных затрат на рутинные операции продаж и закупок; - Календарное планирование работы сотрудника; - Аналитическую отчетность. | <p>3 300 руб.</p> | <p>Срок действия лицензии не ограничен.</p> |

Для того, чтобы совместить возможности управления торговлей организации и CRM-систему была разработана программа «1С: Предприятие 8. Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (1С CRM)» на базе платформы «1С:Предприятие 8». Программный продукт позволяет автоматизировать задачи оперативного и управленческого учета, анализа и планирования торговых операций, бизнес-процессы организации и механизмы взаимоотношений с клиентами, что помогает организовать эффективную работу всех отделов организации, в том числе отделов закупок, сбыта, маркетинга, логистики, сервисного обслуживания и службы качества. Программный модуль 1С CRM создан для организаций, коммерческая деятельность которых ориентирована на развитие и управление отношениями с потребителями и поставщиками. 1С CRM предназначен для повышения

эффективности управления отделов логистики, маркетинга, сбыта, закупок, а также сервисного обслуживания коммерческой организации.

«1С: CRM ПРОФ» - это одна из универсальных платформ для компаний, которые работают по системе CRM. Программный продукт является эффективным инструментом автоматизации, позволяющим не только сократить издержки, но и увеличить прибыль организации. Программа позволяет: собирать и хранить информационную базу, фиксируя каждый контакт с потенциальными потребителями, создавать интересные коммерческие предложения для потребителей, выстраивать долгосрочные отношения с потребителями и др.

Программный модуль «1С:CRM ПРОФ» создан на платформе «1С:Предприятие 8» и отличается простотой администрирования и конфигурирования, а также масштабируемостью.

За последний год существенно увеличился спрос на программные продукты CRM-класса. По данным компании DSS Consulting, рост рынка в 2010 году составляет 114% по отношению к предыдущему. Вместе с увеличением в 2,14 раза общего количества внедрений CRM-систем, увеличилось число отраслей промышленности и сферы услуг, применяющих продукт в работе. Лидируют сферы торговли и услуг (по 42 % доли рынка внедрений), на втором месте – производственный сектор экономики (17 %), третье и четвертое места по количеству внедрённых CRM-систем – у сферы «Консалтинг и информационные технологии» (7%) и финансового сектора экономики (6%). По числу внедрений в торговле и сфере услуг «1С: CRM ПРОФ» занимает 44% и 38% соответственно [5].

Продукт «1С: CRM. Базовая версия» может использоваться для задач локальной автоматизации рабочих мест отдельных сотрудников, например: директора; диспетчера; секретаря, секретаря-референта или помощника руководителя; менеджера по продажам или менеджера по работе с клиентами; работника сервисного центра и др.

Информационный продукт «1С: CRM. Базовая версия» позволит решить задачи в части:

- Сбора, хранения и обработки информации о потребителях и истории взаимоотношений с ними;
- Оперативного получения полной информации о потребителях и сделках;
- Автоматизации процесса продаж и закупок, e-mail рассылок;
- Сбора, хранения и быстрого доступа к базе компании;
- Сокращения временных затрат на рутинные операции продаж и закупок;
- Календарного планирования работы сотрудника;
- Аналитической отчетности;
- Управления контактами с потребителями;
- Многофакторного анализа продаж, ABC анализа продаж, анализа состояния работы с потребителями, результатов деятельности сотрудников, анализа клиентской базы;
- Защиты информации, настройки для пользователей прав доступа к информации, обеспечения доступа пользователей только к информации по своим потенциальным потребителям;
- Облегчения выполнения рутинных операций, интеграции с электронной почтой, подготовки отчетов, помощника ввода новых потребителей, поиска двойников клиентов, групповой обработки потребителей, фильтров и т.д.

На основе исследования был сделан однозначный вывод, что именно «1С: Предприятие 8. CRM. Базовая версия» является наиболее эффективным программным продуктом для решения основных задач стратегического управления Аллюминиевого завода «АЛСКОН» – гибкость при выполнении заказов и автоматизация логистических процессов при минимальных первоначальных инвестиционных затратах.

В результате внедрения «1С: Предприятие 8. CRM. Базовая версия» в логистическую систему Аллюминиевого завода «АЛСКОН» персонал предприятия получает четкое распределение полномочий, ответственности и обязанностей. Руководитель Аллюминиевого завода «АЛСКОН», а также руководители коммерческого, финансового, планово-

бюджетного, протокольного отделов, отдела по связям с общественностью и правительственными учреждениями, отдела логистики и таможенного оформления - эффективный инструмент логистического управления и гибкие средства принятия управленческих решений. Снижается риск неопределенности управления, появляется возможность осуществлять непрерывный контроль работы персонала. ОК «РУСАЛ» (Правление) в конечном итоге увеличивает эффективность своих вложений за счет повышения управляемости бизнеса и возможности принимать обоснованные рациональные стратегические решения и осуществляет тотальный и непрерывный контроль над деятельностью предприятия.

Экономический эффект от внедрения «1С: Предприятие 8. CRM. Базовая версия» проявляется по следующим направлениям: сокращение логистических затрат, увеличение объемов сбыта, увеличение оборачиваемости ресурсов. Одним из важнейших результатов внедрения CRM системы является повышение качества принимаемых управленческих решений на всех уровнях управления: оперативном, тактическом, стратегическом.

Литература:

1. Кацуба О.Б. Совершенствование управления процессом товародвижения в организациях потребительской кооперации с использованием информационных технологий (на примере кооперативных организаций Саратовской области) [Текст]: Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд экон. наук : (08.00.05) / О.Б. Кацуба. – Ростов н/Д, 2004. – 25 с.
2. Попова Е.А. Логистические процессы в электронной коммерции: Материалы межрегиональной научно-практической конференции (VI Южно-Российский логистический форум) [Текст] / Е.А. Попова / Ростовский государственный экономический университет «РИНХ». – Ростов н/Д, 2009. – 535 с. 5
3. Мир CRM: профессиональные решения для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mir-crm.ru/> (дата обращения 28.08.2011)
4. Компютер-Информ «Общий обзор AS 400» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ci.ru (дата обращения 28.10.2011)
5. Официальный сайт компании DSS Consulting [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.dssconsulting.ru (дата обращения 07.10.2011)
6. Подход к разработке графических пользовательских интерфейсов серверных систем IBM AS 400 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.swsys.ru/index.php?page=article&id=723> (дата обращения 28.02.2012 г.)
7. Преимущества системы CRM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.crm-lite.ru> (дата обращения 15.11.2011)