

# Оглавление

<b>Введение</b> .....	<b>11</b>
Зачем эта книга и какую пользу она принесет вам?.....	13
Если вы пользователь CRM-системы.....	13
Если вы специалист по внедрению CRM.....	14
Если вы студент или молодой специалист.....	14
<b>Глава 1. Что такое CRM?</b> .....	<b>15</b>
О CRM по-простому.....	15
Что же такое CRM?.....	16
Клиентская база: а есть ли она у нас?.....	18
История отношений с клиентами.....	20
Обмен информацией между сотрудниками.....	22
Работа компании в едином ритме (бизнес-процессы).....	24
Взгляд в будущее (прогнозирование продаж).....	27
Семь раз отмерь, один отрежь (отчеты для руководителя).....	30
Обратная связь (мониторинг качества работы с клиентами).....	33
КПД рекламы (анализ эффективности маркетинга, ROMI).....	36
Жалобная книга (управление качеством).....	39
«Память компании» (база знаний).....	43
Всегда ли нужен CRM?.....	46
Когда компании не нужен CRM?.....	46
Когда компании нужен CRM?.....	47
Принятие решения о внедрении.....	49
Подводим итоги.....	50

<b>Глава 2. О CRM серьезно .....</b>	<b>53</b>
Зачем бизнесу CRM? .....	54
История CRM-решений .....	57
Место CRM в российском бизнесе.....	59
Современное отношение бизнеса к CRM .....	61
<b>Глава 3. CRM-функциональность .....</b>	<b>67</b>
11 основных компонентов CRM-решения.....	67
Клиентская база .....	71
«Точный адрес – своевременная доставка».....	72
Заполнение и ведение справочников .....	74
Регистрация нового клиента.....	75
Поиск двойников клиентов и контактных лиц.....	76
Анализ полноты заполнения клиентской базы .....	78
Групповое изменение полей .....	80
Сегментация клиентов .....	80
ABC- и XYZ-анализы .....	82
Метод ABC .....	82
Метод XYZ .....	85
BCG-матрица.....	87
Настройка прав доступа и интерфейсов пользователей.....	89
Управление контактами .....	91
У каждой возможности есть «срок годности».....	92
Регистрация контактов с клиентами .....	93
Получение истории переговоров с клиентом .....	94
Планирование контактов, календарь, напоминания.....	96
Анализ контактов.....	98
Анализ контрагентов без взаимодействий .....	100
Организация работы с электронной почтой.....	101
Организация почтовых и электронных рассылок.....	102
Интеграция с мессенджерами, сервисами отправки SMS .....	103
Интеграция с телефонией.....	106
Передача информации между сотрудниками.....	107
Передача текущих дел другому сотруднику .....	108
Управление продажами .....	109
Как не получить «некролог продаж»?.....	111
Регистрация интереса клиента.....	112
Анализ потребностей клиентов .....	114
Организация продаж с помощью бизнес-процессов.....	116

Анализ продаж с помощью «Воронки продаж» .....	120
Конверсия «Воронки продаж» .....	121
Подготовка коммерческих предложений .....	123
Подготовка счетов на оплату.....	125
Работа с дебиторской задолженностью.....	126
Анализ продаж, ABC-анализ продаж, XYZ-анализ продаж .....	127
Управление маркетингом .....	127
Сколько мы зарабатываем	
на каждый вложенный в продвижение рубль? .....	129
Ведение списка источников рекламы .....	130
Регистрация источников рекламы	
при обращении клиентов .....	130
Планирование маркетинговых кампаний.....	133
Организация маркетинговых мероприятий .....	134
Организация рассылок .....	136
Организация телемаркетинга.....	137
Анализ рекламных кампаний .....	138
Оmnиканальность.....	139
Правильный канал взаимодействия – ключ к успешной сделке.....	140
Поддержка и обслуживание клиентов .....	141
Как быстро и точно отвечать на вопросы клиентов? .....	143
Регистрация претензий .....	144
Организация управления качеством	
при помощи бизнес-процессов.....	145
Анализ причин возникновения жалоб .....	147
Организация анкетирования .....	148
Постановка на гарантийное, сервисное обслуживание.....	151
Управление заданиями, поручениями .....	153
Поручил и забыл... А будет ли результат?.....	153
Постановка задания исполнителю .....	155
Тайм-менеджмент .....	160
Как уделять внимание самому важному и все успевать? .....	161
Отчетность для высшего руководства .....	162
Как контролировать деятельность компании за 5 минут?	
Управление по инцидентам.....	163
Интеграция с другими системами и синхронизация данных.....	164
Сохранение инвестиций в ИТ и инфраструктуру .....	165
Управление электронной торговлей (e-commerce) .....	166
Как довести лид до продажи?.....	166
Управление мобильными продажами и сервисом.....	167
Мобильность = скорость работы бизнеса.....	169

---

<b>Глава 4. Основные критерии выбора CRM-системы .....</b>	<b>171</b>
Тип CRM-системы.....	171
«Операционный» класс CRM .....	171
Аналитический CRM.....	172
Коллаборационный CRM.....	173
Классификация CRM по размеру бизнеса.....	174
Возможность разработки дополнительных модулей.....	174
Доступность услуг по внедрению и сопровождению .....	175
Совокупная стоимость владения (ТСО).....	176
Лицензии или аренда.....	176
Услуги внедрения.....	176
Сопровождение .....	177
Оmnikanальность.....	177
Возможность организации удаленного рабочего места и мобильность .....	179
Подводим итоги.....	180
<b>Глава 5. Пример для проектной и позаказной деятельности.....</b>	<b>181</b>
Особенности примера .....	181
Проектные продажи .....	182
Описание предприятия и стоящих перед ним задач .....	183
Предпродажная работа.....	186
Работа по сделке с клиентом.....	190
Что такое сделка?.....	190
Контроль прохождения сделки .....	193
Заполнение сделки.....	200
Окружение сделки .....	202
Планирование проектных продаж .....	203
Расчет предварительной стоимости заказа .....	203
Маркетинговые мероприятия .....	208
Личный кабинет клиента .....	210
Постпродажное обслуживание .....	213
Анкетирование клиентов и рассылка информации .....	213
Работа с рекламациями.....	218
Заключение и достигнутые результаты .....	221

<b>Глава 6. Пример для оптовой торговли, работа с сетевыми заказчиками.....</b>	<b>223</b>
Особенности примера .....	223
Описание предприятия и стоящих перед ним задач .....	224
Структура сети .....	226
Клиенты и контрагенты .....	226
Соглашения и договоры.....	226
Управленческая структура сети.....	227
Юридическая структура сети.....	227
Задание структуры сети в 1С:ERP.....	228
Планирование и контроль.....	234
Общая концепция.....	234
Организация предпродажной работы.....	234
Общие требования к методике планирования .....	235
Установка стратегических планов предприятия.....	237
Оперативное планирование и контроль .....	241
Подготовка планов и бюджетов .....	247
Ценообразование .....	250
Прайс-листы.....	250
Работа со скидками.....	253
Работа с конкурентами .....	257
Обратная связь при работе с сетями.....	258
Анкетирование потребителей .....	259
Рекламации .....	262
Работа торговых представителей .....	263
Автоматизированная рассылка отчетов.....	266
Прием заказов .....	267
Подготовка отгрузочных документов.....	270
Отгрузка товара .....	271
Заключение и достигнутые результаты.....	273
<b>Глава 7. Технология внедрения CRM-системы .....</b>	<b>275</b>
Подготовка к внедрению.....	276
Этапы внедрения.....	278
Первый этап: предпроектное обследование.....	279
Итоги первого этапа.....	282
Второй этап: проектирование .....	283
Итоги второго этапа.....	283

Третий этап: разработка.....	284
Программирование.....	284
Настройка.....	284
Разработка эксплуатационной документации.....	285
Тестирование.....	285
Итоги третьего этапа.....	286
Четвертый этап: внедрение.....	286
Перенос накопленных данных.....	287
Обучение пользователей.....	287
Опытная эксплуатация.....	288

## **Глава 8. Практические рекомендации по управлению проектами внедрения CRM..... 289**

Организационные вопросы проекта	
и ожидания заказчика.....	290
«Территория проекта».....	290
«Разделяй и властвуй!».....	290
«С кого спросить?».....	291
«Устав проекта».....	292
«На одном языке».....	293
«Кто у вас главный?».....	293
«У меня есть график, а остальное...».....	294
«Доверяй, но проверяй!».....	295
«Со своей колокольни...».....	296
«Разочарование – результат чрезмерных ожиданий».....	297
«Утром – деньги, вечером – стулья».....	297
Работа с персоналом заказчика.....	298
«Зачем это нам?».....	298
«Лидеры мнений».....	298
«Сепаратисты».....	299
Обучение сотрудников заказчика.....	300
«Что такое CRM?».....	300
«Лучше один раз увидеть...».....	300
«Набиваем руку...».....	301
«Только необходимое».....	301
«Смотрим в книгу, видим...».....	302
Ввод системы в эксплуатацию.....	303
«3, 2, 1.. Пуск!».....	303
«Что написано пером, не вырубить и топором!».....	304
«Корректировка».....	305

«Что дальше? Сопровождение!» .....	305
Технические ограничения проекта .....	306
«Без тормозов!» .....	306
«На вырост».....	307
Эффект CRM.....	309
<b>Заключение.....</b>	<b>309</b>
<b>Приложение 1. Словарь терминов .....</b>	<b>311</b>
<b>Приложение 2. Список рекомендуемой литературы и других источников по тематике CRM .....</b>	<b>317</b>
<b>Приложение 3. Пошаговый план внедрения CRM и шаблон плана мероприятий по внедрению CRM .....</b>	<b>321</b>