

Інформаційна система організації та управління взаємовідносинами з клієнтами: CRM-СИСТЕМА Quick Sales.

Вступ. Організації не завжди застосовують такі потужні засоби роботи з клієнтами, які надає система *WinPeak*. Для ведення невеликої клієнтської бази, коли з нею працює один менеджер, доцільно використовувати простіші CRM-системи. Прикладом такої системи може бути розробка російської компанії "EXPERT SYSTEMS" Quick Sales (стара назва системи Sales Expert I). Система постачається у двох версіях: для роботи кількох користувачів одночасно (мережева) і для одного користувача (персональна). Персональна версія системи - безкоштовна. Функціонально система побудована в архітектурі "клієнт-сервер" на СУБД InterBase, яка є безкоштовним продуктом фірми Inprise/Borland. Слід зазначити, що компанія "EXPERT SYSTEMS" пропонує також систему Sales Expert, яка розв'язує аналогічні завдання, але є значно гнучкішою порівняно з Quick Sales. Так, якщо структура інформаційної бази Quick Sales фіксована, то Sales Expert дає змогу користувачеві визначити її самостійно.

Налаштування системи. Доступ до налаштувань надає команда головного меню **Налаштування**. На початку роботи з системою доцільно виконати такі налаштування:

1. *Общие (Загальні).* Ввести назву своєї організації та визначити гривню як основну валюту.
2. *Пользователи (права).* Якщо із системою працюватиме кілька працівників, то слід сформувані списки користувачів і визначити їм права доступу.

Налаштування системи передбачає також редагування довідників.

Ведення довідників. Для редагування довідників слід виконати команду **Налаштування** ► **Справочники** і вибрати потрібний довідник зі списку "*Справочник*" у вікні "*Налаштування справочников*" (рис. 1). Після вибору довідника у вікні відобразиться його зміст і з'являться інструменти для додавання або видалення записів. Щоб відредагувати запис, потрібно натиснути на ньому і змінити його зміст.

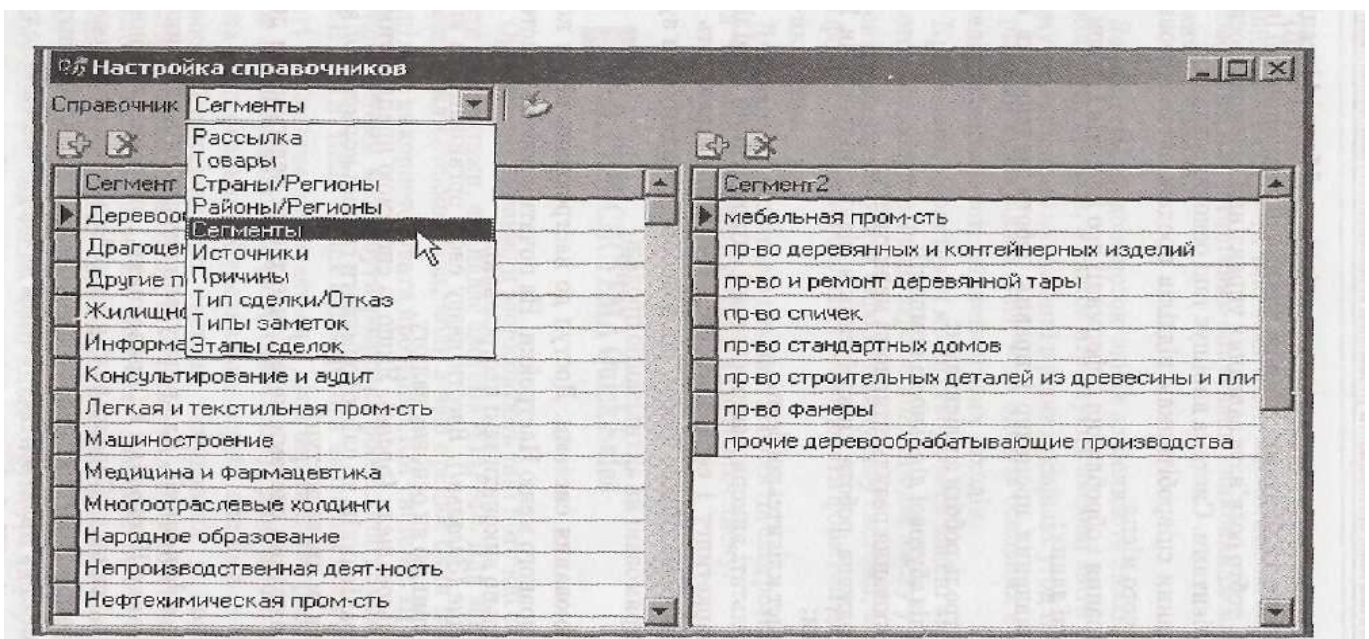


Рис.1. Вікно редагування довідника

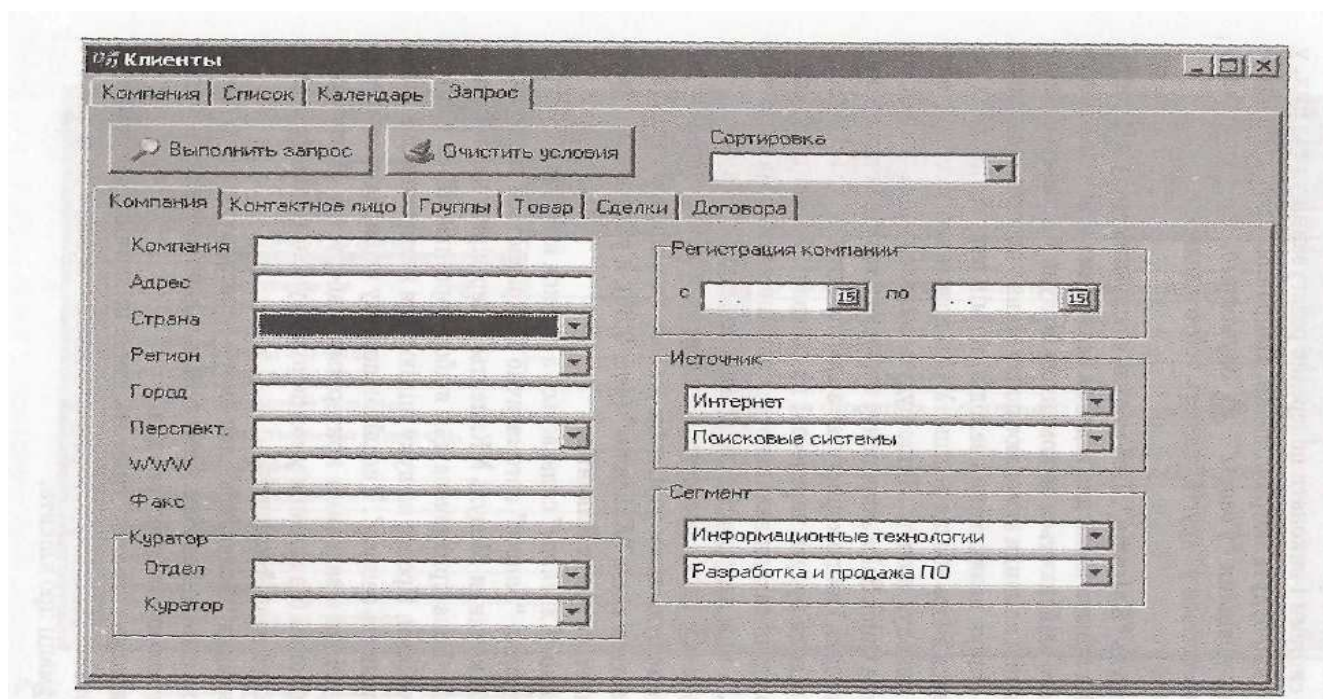
На початку роботи із системою доцільно переглянути довідники системи і виконати попереднє редагування тих із них, у яких явно будуть потрібні зміни. Наприклад, доцільно сформувати довідник *"Товари"*. Зауважимо, що у довіднику ціни вводяться у "другій" валюті, тобто в доларах.

Модуль *"Клієнти"*. Цей модуль є основним модулем системи. Він призначений для ведення бази даних клієнтів. Доступ до нього здійснюється за командою Модуль ► Клієнти. Виконання цієї команди зумовлює появу вікна з пропозицією здійснити пошук невиконаних заходів, термін виконання яких закінчився вчора або ще раніше. У разі позитивної відповіді система виконує пошук. Якщо будуть виявлені такі заходи, то система Quick Sales запропонує перенести термін їх виконання на сьогодні, і якщо користувач з цим погодиться, то всі невиконані заходи будуть перенесені на сьогодні. У разі негативної відповіді ці заходи залишаються запланованими на старі терміни, і при наступному зверненні до модуля *"Клієнти"* користувачеві знову доведеться виконувати щойно описані дії. Проте за будь-яким варіантом діалогу на кінцевому етапі відкривається вікно *"Клієнти"* (рис.2), а у головному меню з'являється пункт Клієнти.

Вікно *"Клієнти"* складається з кількох вкладок.

Вкладка *"Запрос"* автоматично відкривається після виконання команди Модуль ► Клієнти і перевірки невиконаних планів. Вона призначена для відбору організацій за різними критеріями. Процес пошуку ініціюється натисканням кнопки *"Выполнить запрос"*. Унаслідок пошуку відбираються організації згідно з заданими критеріями відбору. Натискання цієї кнопки без задання умов пошуку зумовить відображення всіх організацій-клієнтів. Вкладка *"Календарь"* дає змогу переглянути всі заплановані на сьогодні заходи. Саме з неї доцільно починати роботу із системою нового робочого дня. Вкладка *"Список"* містить перелік організацій-клієнтів. Вибравши зі списку організацію, можна перейти до докладної інформації про клієнта.

Рис.2. Вкладка „Запрос” вікна „Клієнти”



Вкладка «Компанія». Інформаційна база наповнюється під час роботи з вкладкою "Компанія". Саме тут здійснюється основна робота з системою і саме тут формується інформація, яку надалі менеджер використовує, працюючи з усіма іншими режимами системи.

Вкладка містить інформацію за кожним клієнтом у вигляді "Картки клієнта". У верхній частині картки фіксуються умовно-постійні дані про клієнта (рис.3).

Для створення картки нового клієнта слід натиснути кнопку "**Создать компанию**" і ввести потрібні дані. При цьому слід урахувати таке:

1. Група реквізитів "*Контактна особа*" містить інформацію про осіб, з якими здійснюється контакт, і свою панель інструментів для роботи зі списком таких осіб. При перегляді картки клієнта у ній відображається тільки перша контактна особа, а для перегляду всього списку внизу картки є вкладка "*Контактні особи*".

2. Реквізит "*Перспективність*" визначає, наскільки інтенсивно слід з ним працювати.

3. Заповнення таких реквізитів, як телефон, E-mail, факс, www, дасть змогу зателефонувати клієнту або відправити йому факс безпосередньо під час роботи з картою клієнта.

Усі дані, що вводяться під час роботи з системою до інформаційної бази, як правило, зберігаються автоматично. Проте в деяких випадках, наприклад при створенні картки для нового клієнта, для їх збереження слід натиснути кнопку "**Запомнить изменения**".

Нижня частина "Картки клієнта" містить інформацію про роботу з клієнтом. Для зручності вона згрупована за функціональним призначенням у кількох вкладках.

История. Вкладка містить інформацію про заходи, проведені з клієнтом. Прикладами таких заходів можуть бути телефонні переговори, зустрічі, проведення семінарів. Для додавання нової замітки слід натиснути кнопку "**Замітка**". За замовчуванням при створенні замітки вона отримує тип "Замітка". Щоб замінити тип, слід лівою кнопкою натиснути у полі "Тип", після чого у цьому полі з'явиться кнопка списку для вибору типу замітки (рис.4).

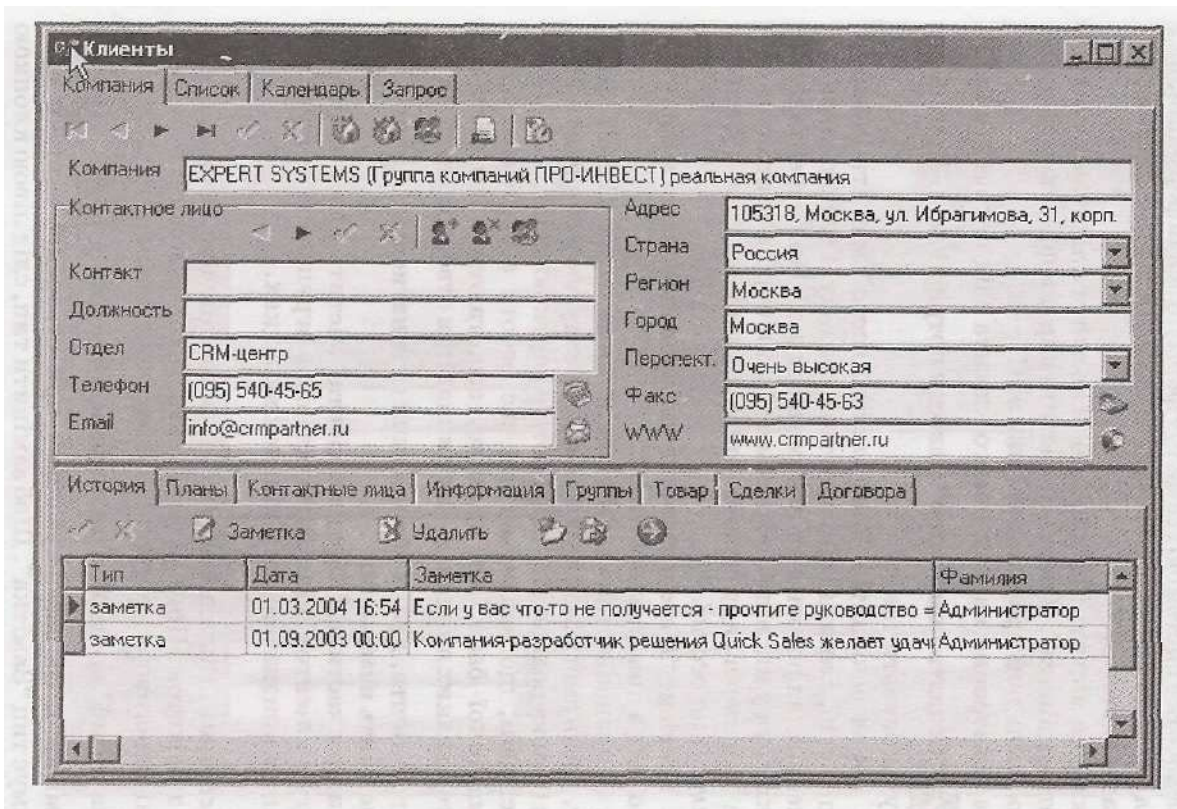


Рис.3. Вкладка „Компания” вікна „Клиенты”

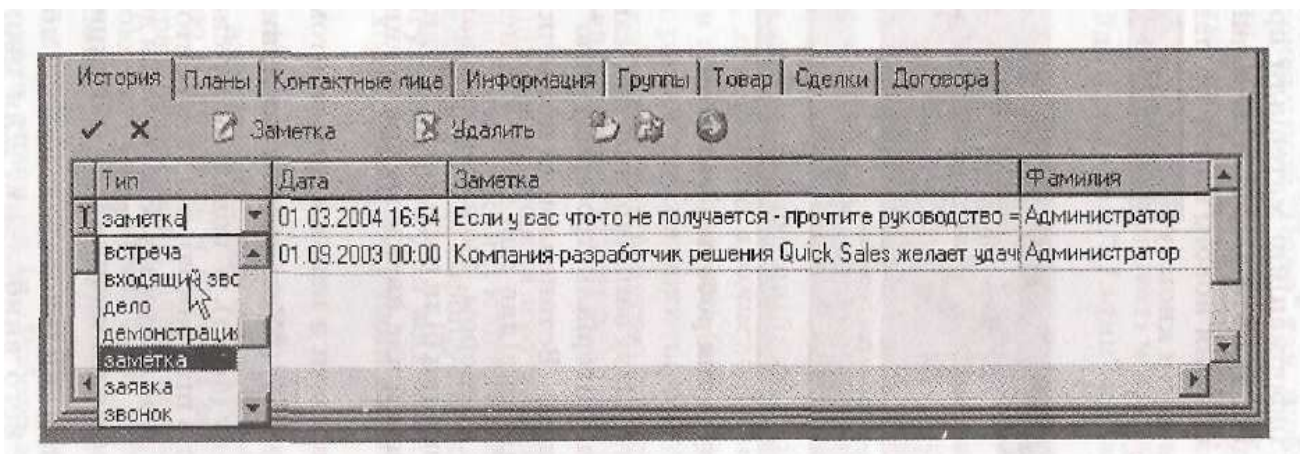


Рис.4. Вкладка „История” вікна „Клиенты”

Планы. Після здійснення першого контакту з новим клієнтом доцільно запланувати подальшу роботу з ним, наприклад відправити йому інформаційні матеріали про вашу організацію та її продукцію. Робота з клієнтом планується у вкладці "Планы". Для додавання нового плану на панелі інструментів вкладки слід натиснути кнопку „Новый план". З'явиться вікно "План" (рис.5).

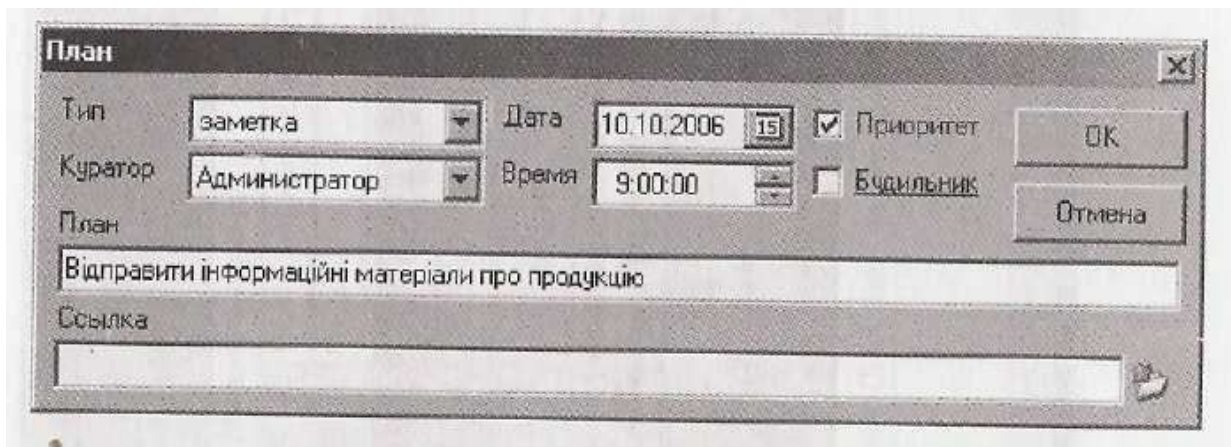


Рис.5. Планування роботи з клієнтом

У ньому вводять назву запланованої дії, наприклад "Відправити інформаційні матеріали про продукцію", дату і час, коли це потрібно виконати. Встановлення позначки біля параметра "Пріоритет" надалі виділяє цей план у списку запланованих заходів червоним кольором, що є ознакою важливості цієї дії. Встановлення позначки біля параметра "Будильник" дає змогу системі у відповідний час нагадати про невиконання запланованої дії.

Дію можна пов'язати з певним документом. Для цього слід натиснути кнопку "**Установити посилання**" і розшукати потрібний документ (файл). У подальшому система *Quick Sales* пов'яже документ з програмою, що використовується для роботи з документами цього формату. Звернутися до такого документа можна при натисканні кнопки "**Відкрити посилання**". Після виконання запланованого заходу потрібно встановити позначку про його виконання. Для цього слід виконати такі дії:

1. Вибрати захід у списку і натиснути кнопку „Виконано”. Відкриється вікно "План".
2. Замінити текст у полі "План" так, щоб він став звітом про виконання плану. Наприклад, текст "Відіслати інформаційні матеріали" можна замінити на „Відіслані інформаційні матеріали".
3. Натиснути "OK", у результаті чого виконаний пункт автоматично перейде з вкладки "Плани" на вкладку "Історія".

Інформація. Після введення нового клієнта у цій вкладці автоматично заповнюється поле "Дата реєстрації". Тут можна вказати і деталізувати джерело відомостей про те, як саме клієнт дізнався про вашу організацію (наприклад, завдяки рекламі у пресі). Цю інформацію можна ще деталізувати, зазначивши, наприклад, назву конкретного видання, де було розміщено рекламу. Тут також можна вказати *сегмент і підсегмент ринку*, на якому діє потенційний клієнт, як от: *хімічна промисловість, лакофарбна промисловість*. Відомості про те, яким чином був знайдений клієнт (або він відшукав вас) і до якого сегмента ринку він належить, будуть корисними при оцінюванні клієнтської бази з метою визначення: хто є вашими клієнтами і звідки вони дізнаються про вашу організацію.

Групи. У цій вкладці можна згрупувати клієнтів за однією чи кількома ознаками (важливі клієнти, великі компанії, бюджетні організації тощо). Це спрощує роботу з клієнтами, оскільки дає

зможу планувати для всіх членів групи однотипні або загальні заходи. При цьому один клієнт може входити до кількох груп.

Типова послідовність операцій під час роботи з клієнтом. Будь-які взаємовідносини з клієнтом із заздалегідь визначеною метою називають у системі *операцією*. Найтиповішою метою операції є продаж клієнту певного товару чи послуги. Проте метою операції може бути укладання договору з постачальником про постачання певних товарів на певних умовах, укладання договору з дилером про умови, на яких він береться поширювати товар та ін. Робота з операціями відбувається у вкладках *"Сделки"* і *"Договора"*.

Усі ділові контакти з клієнтом оформляються як заходи у межах однієї з операцій. Навіть якщо ці контакти закінчуються відмовою клієнта після першого вашого дзвінка, доцільно оформити цей дзвінок як операцію, вказавши причину відмови. Збережені у базі даних відомості допоможуть ефективніше планувати свої дії у майбутньому. Робота з операціями відбувається у вкладках *"Сделки"* і *"Договора"*.

Проведення операції, незалежно від її конкретної мети, зазвичай передбачає виконання певної послідовності дій (заходів), їх можна розбити на кілька етапів. Типовими етапами для операцій з метою продажу є залучення покупця, демонстрація товару і власне купівля-продаж. Перелік етапів для операцій формуються у довіднику *"Этапы сделок"*. Етапи безпосередньо формуються у вкладці *"Сделки"*. Після натискання кнопки „Новая” з'явиться вікно *"Сделки"*, в якому вибирають вкладку *"Этапы"*.

Для формування операції продажу клієнту товару або послуги у вкладці *"Договора"* слід натиснути кнопку „Новый”. З'явиться вікно *"Договір"*, в якому потрібно ввести необхідні дані. Як тільки угоду укладено і виставлено рахунок, у базу даних заносять суму операції, назви продуктів, що продаються, і терміни оплати. Для введення такої інформації слід виконати такі дії.

1. Перейти на вкладку *"Сделки"*.
2. Вибрати потрібну угоду і натиснути кнопку „Изменить”.
3. У вікні *"Сделки"* перейти на вкладку *"О сделке"* і ввести загальну інформацію щодо операції. Номер договору, на підставі якого вона здійснена, вибирають із списку *"Договор"*, який формується на підставі даних, сформованих у вкладці *"Договора"*.
4. У верхній частині вкладки *"Товар и оплата"* вводиться інформація про продукцію, яку передбачається поставити клієнту. Кожний товар вводиться окремою позицією, для створення якої слід натиснути кнопку **"Додати товар"**.

Зауважимо, що система передбачає або ручне введення ціни у національній валюті, або її формування за допомогою поля *"Курс"*, оскільки у довіднику *"Товары"* ціни на продукцію визначаються у "другій" валюті, тобто доларах (рис.6).

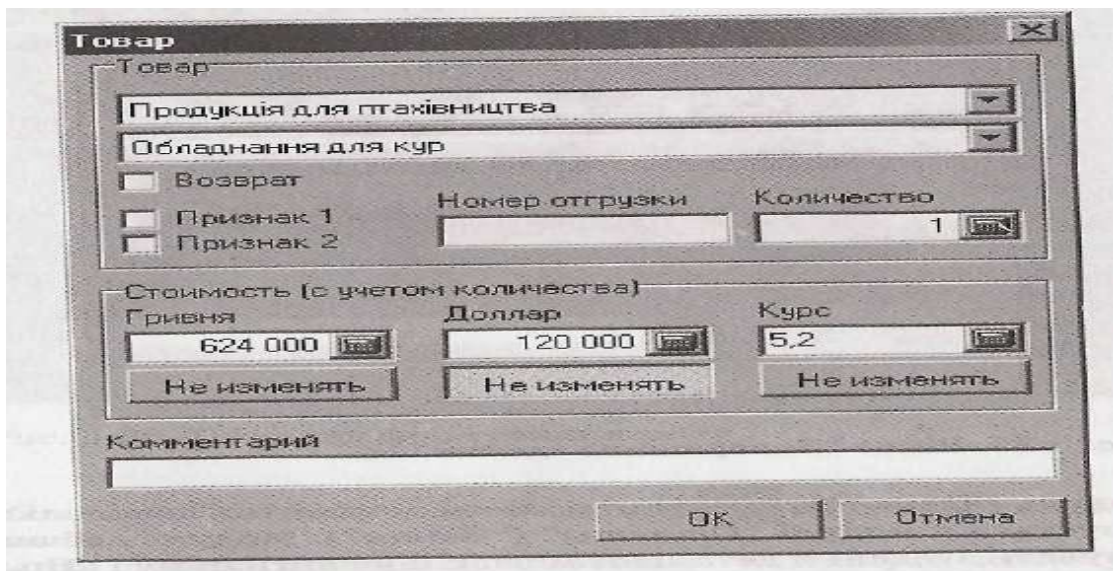


Рис.6. Приклад заповнення довідника „Товар”

5. У нижній частині вкладки "Товар и оплата" фіксуються суми грошей, що надійшли на рахунок.

6. Після завершення дій з угодою менеджер "закриває" її. Для цього у вікні "Сделки" слід перейти на вкладку "О сделке" і натиснути кнопку "Завершити угоду". З'явиться вікно "Завершение сделки", в якому зі списку "Статус сделки", при її успішному здійсненні, вибирається елемент "Успіх". У разі невдачі на тому або іншому етапі у списку вибирається елемент "Отказ" і деталізуються причини відмови (рис.7).

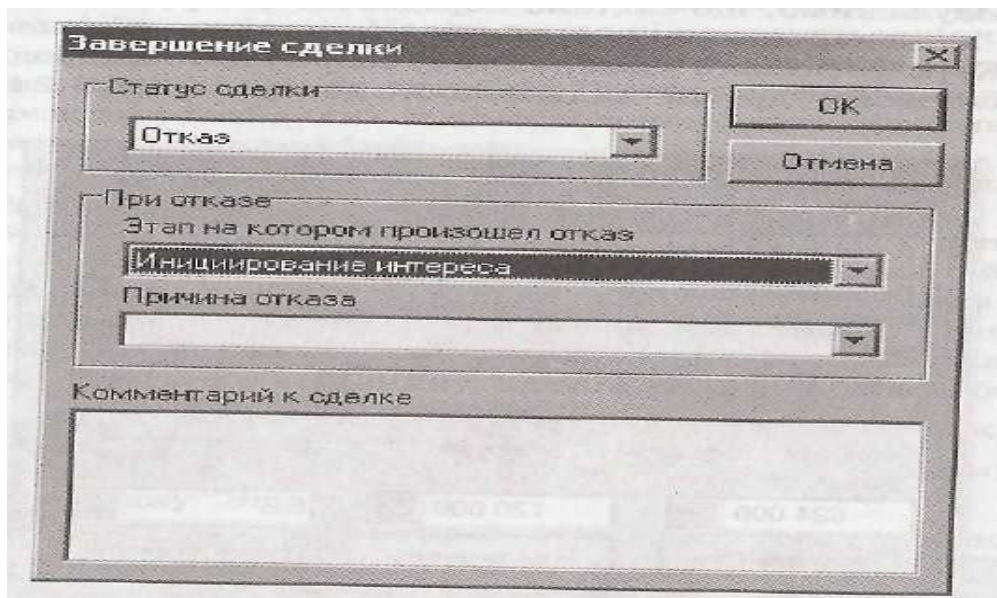


Рис.7. Вікно „Завершение сделки"

Модуль "Отчеты". Ефективність маркетингових заходів аналізується у модулі "Отчеты" ("Звіти"). Модуль дає змогу сформувати зведені й деталізовані звіти у вартісному і кількісному вираженні у різних розрізах: за менеджерами, товарами, регіонами тощо (рис.8).

Процес формування звіту досить простий і складається з таких етапів.

1. Виконати команду **Модуль ► Отчеты.**

2. У вкладці "Параметры" вибрати вид звіту (за товарами, менеджерами, регіонами та ін.); визначити період часу побудови звіту, тип даних (кількісний або вартісний тощо).

3. За потреби накласти обмеження на дані звіту, наприклад побудувати його за певними видами товарів, перейти на вкладку "Ограничения" і встановити додаткові параметри обмеження. Якщо такі обмеження вже не потрібні, то на панелі дій вікна "Отчеты" слід натиснути кнопку "Прибрати всі обмеження".

4. На панелі дій вікна "Отчеты" натиснути кнопку "Запит".

5. Автоматично відкриється вкладка "Отчет", яка міститиме сформований звіт. Графічне зображення звіту можна переглянути у вкладці "Диаграмма".

Користувач може зберегти звіт на носії, скопіювати у буфер пам'яті, експортувати у табличний процесор.

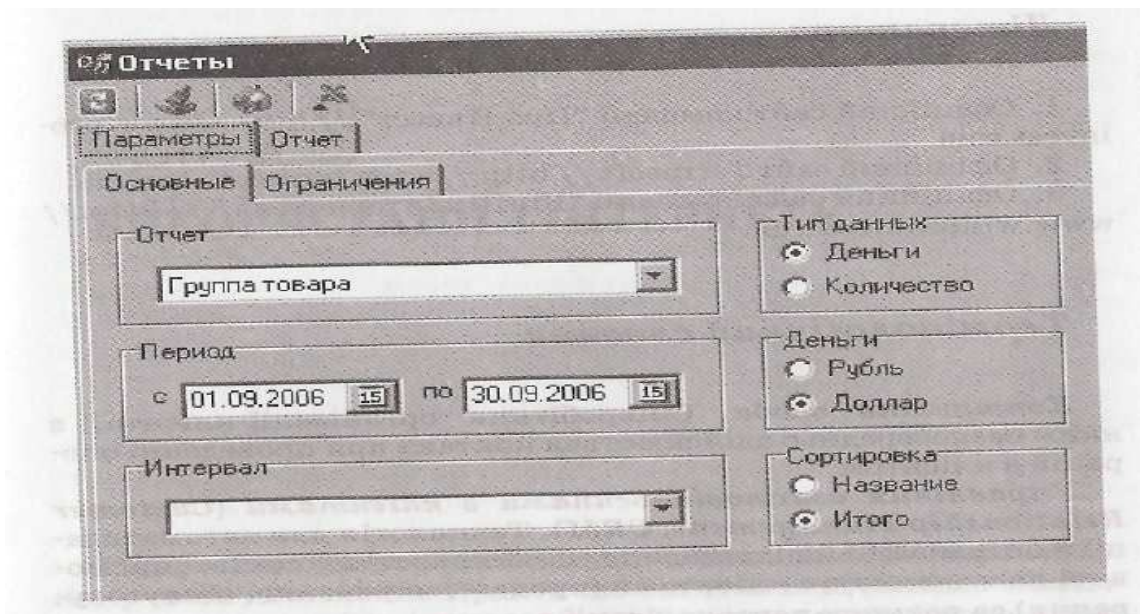


Рис.8. Приклад формування звіту

Висновок: Отже, система призначена для ведення клієнтської бази і фіксації історії роботи з клієнтами, а також для аналізу накопиченої інформації, тобто розв'язує завдання управління взаємовідносинами з клієнтами. Система вирішує такі основні завдання:

- надання співробітникам відділів продаж автоматизованого робочого місця;
- збирання і оброблення інформації про клієнтів і ринок в єдиній базі даних;
- визначення процедур і правил роботи менеджерів із продаж;
- контроль роботи з клієнтами;
- аналіз збутової діяльності компанії;
- оцінювання результативності маркетингу;
- узгоджена робота співробітників різних підрозділів із клієнтами;
- захист клієнтської бази.

У результаті використання системи співробітники відділів збуту, маркетингу і сервісного обслуговування працюють з єдиною інформаційною базою, що дозволяє координувати зусилля, спрямовані на активізацію продаж.

Список використаних джерел:

1. Безбородова, Т. В. Передумови та етапи формування корпоративних інформаційних систем управління / Т. В. Безбородова // Економіка & держава. – 2007. – №10. – С.41-44.
2. Безбородова, Т. В. Структурно-морфологічна модель системи інформаційного забезпечення процесу управління / Т. В. Безбородова // Економіка & держава. – 2007. – №4. – С.27-29.
3. Информационные системы в экономике : учеб. пособие / под. ред. А.Н. Романова, Б.Е. Одинцова. – 2-е изд., допол. и перероб. – М. : Вузовский учебник, 2008. – 411 с.
4. Інформаційні системи в менеджменті : Навч. посібник / В. ГлівенкоС, Є. В. Лапін, О. О. Павленко та ін. – Суми : Університетська книга, 2005. – 407с.
5. Марченко, Д. М. Автоматизовані інформаційні системи управління - ресурс підвищення ефективності внутрішнього контролю підприємств / Д. М. Марченко, Г. М. Яровенко // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №10. – С.83-90.
6. Матвієнко, О. В. Основи менеджменту інформаційних систем : Навч. посібник / О. В. Матвієнко, М. Н. Цивін. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К : Центр навчальної літератури, 2005. – 176с.
7. Скороходов, В. А. Автоматизоване робоче місце менеджера : навч. посібник / В. А. Скороходов, І. М. Худякова. – К. : Професіонал, 2008. – 416 с.
8. Хлебников, А. А. Информационные системы в экономике / А. А. Хлебников. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. – 427с. – (Высшее образование).
9. Черников, Б. В. Информационные технологии управления : учебник / Б. В. Черников. – М. : ФОРУМ, ИНФРА-М, 2008. – 352 с. : ил. – (Высшее образование).
10. Черняк, О. І. Системи обробки економічної інформації : Підручник / О. І. Черняк, А. В. Ставицький, Г. О. Черноус. – К : Знання, 2006. – 447с. – (Вища освіта ХХІ століття).