

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ CRM-СИСТЕМ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Введение. В эпоху быстрого технологического прогресса и изменений в потребительском поведении, электронная коммерция становится одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики. В Беларуси, как и во многих странах мира, рынок онлайн-торговли демонстрирует впечатляющий рост, привлекая все больше предпринимателей и потребителей.

Этот рост несет с собой как новые возможности, так и вызовы для бизнеса. С одной стороны, он открывает широкие перспективы для роста и развития. С другой стороны, конкуренция на рынке становится все более острой, требуя от компаний эффективных стратегий для удержания и привлечения клиентов.

В этом контексте использование CRM-систем (Customer Relationship Management) становится важным фактором для успешного ведения бизнеса в сфере электронной коммерции. CRM-системы не только помогают компаниям эффективно управлять клиентскими отношениями, но и создавать персонализированные стратегии продаж, анализировать данные и оптимизировать маркетинговые усилия.

Основная часть. Результаты исследования, проведенного SATIO, частью Civitta Group, подчеркивают важность цифровизации бизнеса в современной экономической среде Беларуси. Согласно данным, 70% частных компаний в стране в разной степени используют цифровые технологии для автоматизации своих процессов. Особенно примечательно, что в столице, г. Минске, уровень автоматизации значительно выше, чем в регионах, а крупные компании обычно опережают по этому показателю малые организации [1].

Интересным является также наблюдаемый тренд по использованию CRM-систем. Если год назад лишь 31% компаний знали о таких системах, то сегодня этот показатель составляет уже 50%, и только 16% из опрошенных компаний пользуются CRM-системами. Это означает, что существует большой потенциал для дальнейшего роста внедрения таких технологий и свидетельствует о постепенном осознании предпринимателями важности и преимуществ использования CRM-технологий для эффективного управления клиентским опытом и улучшения бизнес-процессов.

Приведенные данные отражают динамический характер современного бизнеса и необходимость постоянного адаптирования к новым условиям. Внедрение CRM-систем выступает важным шагом для компаний, стремящихся эффективно управлять отношениями с клиентами и увеличить конкурентоспособность на рынке электронной коммерции.

Традиционные методы управления клиентской базой, такие как хранение данных в базах Excel, уже не способны удовлетворить растущие потребности бизнеса. Недостаточное внимание к обработке информации о клиентах может привести к ошибкам в работе персонала, упущенным возможностям и потере лояльности клиентов.

Использование CRM-инструмента позволяет максимально эффективно управлять клиентской базой и контролировать работу сотрудников компании. Система автоматически напоминает о необходимости связаться с клиентами и отслеживает все этапы сделки, обеспечивая необходимую отчетность. Но возможности CRM-системы не ограничиваются этим.

При интеграции CRM-системы с интернет-магазином создается единое информационное пространство, и данные поступают сразу в систему без необходимости их дублирования. Это позволяет автоматизировать контроль за каждым этапом сделки и не забывать о клиентах, поскольку система постоянно напоминает о необходимых задачах.

Автоматическое формирование отчетности прямо из CRM-системы облегчает принятие управленческих решений и позволяет руководству оперативно реагировать на изменения в работе компании. Дополнительно CRM-система облегчает организацию рассылок электронных писем или СМС-сообщений по клиентской базе, что является важным инструментом маркетинга.

Кроме того, CRM-система может интегрироваться с другими приложениями, используемыми компанией, такими как электронная почта, телефония, системы бизнес-аналитики и биллинг. После завершения процесса интеграции система автоматически выполняет свою работу, не требуя постоянной настройки или ведения отдельной базы данных.

Исследование, проведенное агентством CRM-маркетинга Out of Cloud, подтверждает важность внедрения CRM-систем для компаний в сфере электронной коммерции. Согласно данным исследования, в среднем внедрение CRM приносит от 6 до 10% дополнительной выручки среднему бизнесу и фиксирует результаты до 5% для крупных компаний [2].

Выделим основные функциональные возможности CRM-систем (таблица 1) [3, с. 83]:

Т а б л и ц а 1 — Функциональные возможности CRM-систем

Функциональные возможности CRM	Описание
Управление клиентской базой	Хранение и организация данных о клиентах, их контактных данных, истории взаимодействий с компанией и предпочтениях
Аналитика данных	Анализ данных о клиентах, включая их сегментацию, прогнозирование продаж и оценку эффективности маркетинговых кампаний
Автоматизация маркетинга	Автоматизация маркетинговых процессов, включая отправку персонализированных электронных писем, управление рекламными кампаниями и анализ реакции клиентов на маркетинговые мероприятия
Управление продажами	Отслеживание лидов, управление сделками и контрактами, прогнозирование продаж и управление коммуникацией с клиентами на разных этапах продажного цикла

Примечание. — Источник: собственная разработка на основе [3, с. 83].

Рассмотрим применение CRM-стратегии на примере ЗАО «Белроссплав» г. Минск. Основанная в 1994 году, организация является одним из ведущих участников рынка, предлагая широкий ассортимент товаров в области металлообработки, строительства, садоводства и сварочных работ. Компания успешно осуществляет эффективное управление бизнесом с использованием нескольких CRM-систем, каждая из которых выполняет определенные функции и задачи.

Одной из основных CRM-систем, используемых ЗАО «Белроссплав», является Битрикс24. Этот инструмент предоставляет широкие возможности для учета клиентов, управления продажами, анализа данных и автоматизации бизнес-процессов. С помощью Битрикс24 компания отслеживает контактные данные клиентов, историю взаимодействия с компанией, управляет сделками и анализирует эффективность маркетинговых кампаний.

Кроме того, ЗАО «Белроссплав» использует CRM-систему Quad.x, которая специализируется на оптимизации процессов электронной коммерции. Эта система интегрируется с интернет-магазинами на платформе Vitrix и предоставляет инструменты для автоматизации их работы.

Использование CRM-систем ЗАО «Белроссплав» приносит значительные преимущества, такие как улучшение обслуживания клиентов, оптимизация продаж, улучшение маркетинговых стратегий и повышение эффективности бизнес-процессов. Эти инструменты играют ключевую роль в обеспечении конкурентоспособности компании и долгосрочного успеха на рынке, позволяя ей быть более гибкой и ориентированной на потребности клиентов.

Заключение. Таким образом, в современном мире электронной коммерции внедрение CRM-систем является ключевым аспектом успешного ведения бизнеса. Они помогают компаниям улучшить обслуживание клиентов, оптимизировать процессы продаж и анализировать данные для принятия обоснованных решений. Однако, несмотря на их значимость, важно осознавать, что не все компании в онлайн-торговле нуждаются в CRM-системах, и решение об их внедрении должно быть обоснованным и адаптированным к специфике каждого бизнеса. В целом, использование CRM-технологий остается важным фактором для обеспечения конкурентоспособности и успешного развития компаний.

Список цитируемых источников

1. SATIO провели всебелорусское исследование рынка CRM и узнали, как компании автоматизируют свой бизнес [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://satio.by/novosti/satio-proveli-vsebelorusskoe-issledovanie-rynka-crm-i-uznali-kak-kompanii-avtomatizirujut-svoj-biznes/>. — Дата доступа 02.05.2024.
2. Что приносит CRM-маркетинг бизнесу из разных сфер [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://outofcloud.ru/crmresearch2020/>. — Дата доступа 04.05.2024.
3. Agarwel, R. Customer relationship management in retail sector / R. Agarwel // International J. of Innovative Science and Research Technology, 2023 — 83 p.

УДК 378.14

П. В. Барабанова

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Саратовская государственная юридическая академия», г. Саратов, Российская Федерация*

РЕАЛИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Введение. В 2005 г. Президент РФ В. В. Путин предложил разработать и пустить в реализацию несколько программ (в 2005 была инициатива запустить четыре программы модернизации страны: «Современное здравоохранение», «Качественное образование», «Доступное жилье», «Эффективное сельское хозяйство»), направленных на развитие страны. Именно отсюда начинают свой отсчет национальные