

## 5 Этапов для Внедрения CRM

*CRM система – это инструмент управления отношениями с клиентами, позволяющий систематизировать данные, автоматизировать рутинные операции, координировать работу сотрудников, идентифицировать клиентов и историю общения с ними, а также оптимизировать процессы компании.*

По сути интеграция CRM - это адаптация решений под потребности и возможности клиента. Но для того, чтобы CRM система в полной мере реализовала ваши ожидания - её настройка должна состоять из 5 взаимосвязанных этапов.

### 1 ЭТАП. Определение целей.

Любая автоматизация должна быть целесообразна.

Вы должны четко понимать, какой результат хотите получить от внедрения CRM, чтобы интеграторы, да и сама CRM, реализовала запрос.

Для этого ответьте на вопрос: «Я внедряю CRM-систему, чтобы что?»

- чтобы увеличить общий объем продаж компании
- чтобы увеличить объем продаж нового продукта
- чтобы ликвидировать рутинную работу
- чтобы выйти на новый рынок
- чтобы четко вести клиента по воронке к продаже
- чтобы анализировать аналитику по проектам
- чтобы монетизировать базу данных клиентов, которые не дошли до покупки
- чтобы увеличить повторные продажи
- чтобы контролировать работу менеджеров

чтобы вести работу компании из любой точки мира, где есть интернет

Не делайте из CRM панацею. «Вот установим CRM – и сразу увеличим прибыль на 300%, а продажи – на 200%». Да, если будете регулярно работать в системе и соблюдать прописанный регламент, то так и будет, но не сразу. Ставьте реальные задачи. На обучение и адаптацию сотрудников к работе с инструментом понадобится от 1 до 3 месяцев.

## 2 ЭТАП. Аудит и формирование будущей системы.

Аудит - это примерно 40% от успеха внедрения системы. Каждый бизнес работает по своим внутренним правилам и регламентам, а CRM система приводит их к единому стандарту.

Поэтому перед настройкой CRM так важно выяснить все детали этой конструкции, чтобы сделать её устойчивой. Задача аудита - получить всю необходимую информацию о продажах компании. Чтобы в дальнейшем построить карту проекта, которая и является структурной схемой будущей CRM системы.

Простыми словами, аудит - это список хорошо подготовленных вопросов, помогающих выявить проблему:

- Откуда приходят клиенты?
- Как происходит коммуникация между менеджерами?
- Есть ли клиенты, с которыми вы не работаете?
- Как менеджер передвигает сделку по воронке продаж?
- Какие процессы происходят в продажах?
- Какое количество человек над нами работает и кто из них является продавцом?

В реальности вопросов намного больше. Ответы на них дают интегратору понимание — как перенести, настроить и автоматизировать взаимоотношения внутри отдела продаж и с клиентами. Это и есть главная цель внедрения CRM.

После аудита выстраивается конверсионная воронка продаж и прописываются коммуникационные и бизнес процессы.

Вместе с руководителем мы создаём этапы, определяем будущие поля (сделок, контактов, компаний) и прописываем схему движения клиента по воронке.

## 3 ЭТАП. Настройка платформы

Это самый долгий и трудозатратный этап:

- Создаётся аккаунт в CRM.
- Разрабатываются воронки продаж под каждый бизнес процесс.
- Настраиваются этапы воронки и поля квалификации.
- Добавляются пользователи и настраиваются права.
- Подключаются электронные ящики и настраивается синхронизация почты.

Перечислять можно долго, все зависит от запросов клиента.

Помимо этого, наша компания не просто технически настраивает CRM, а комплексно прорабатывает структуру продаж: мы создаем регламенты работы, составляем план продаж, прописываем скрипты, обучаем продажам и работе по скриптам, прописываем мотивацию и KPI сотрудников.

## 4 ЭТАП. Интеграция сервисов.

Подключение виджетов упрощает работу в CRM-системе. Сервисы объединяют все инструменты для работы с клиентом, что позволяет обрабатывать покупателей в «одном окне».

### Интеграция с сайтом.

Клиент оставляет заявку на сайте, в CRM-системе автоматически создается карточка сделки/клиента со всеми контактными данными из заполненной формы. Менеджеры видят появление новой заявки и могут сразу ее обработать в CRM.

### Интеграция с телефонией.

Во время входящего звонка CRM-система автоматически находит клиента в базе и открывает его карточку. Продажники не тратят время на набор номера и сбор данных о клиенте. Разговор менеджера с потенциальным покупателем

записывается и сохраняется в карточке. Если звонок поступил в нерабочее время, то CRM напомнит менеджеру перезвонить.

Одним из плюсов телефонии является контроль менеджеров по продажам. Руководитель может прослушать, как общаются его сотрудники по телефону, увидеть пробелы в скриптах и исправить ошибки.

## **Интеграция с почтой.**

Подключение корпоративного и личных ящиков к CRM позволяет общаться с клиентом прямо в карточке сделки. Чтобы упростить работу отдела продаж, создаются шаблоны писем и подключается автоотправка e-mail на определенных этапах воронки. Теперь менеджер не забудет отправить клиенту емейл, CRM все сделает за него.

## **Интеграция с 1С.**

Интеграция с 1С позволяет выставлять счёт на оплату прямо из карточки клиента в CRM-системе. При нажатии одной кнопки в новом окне открывается форма создания заказа в 1С, печать счета осуществляется также из карточки контрагента, что экономит время менеджера.

## **Интеграция с мессенджерами/соцсетями.**

Клиенты могут оставлять заявки и общаться с сотрудниками компании в удобных для них мессенджерах: Telegram, Facebook, ВКонтакте, WhatsApp, Instagram. Продажникам не нужно открывать разные мессенджеры. Они отвечают на запросы прямо из CRM-системы. Переписка сохраняется в ленте активности. Клиент может написать обращение там, где ему удобно, вся история переписки подгружается в сделку.

Получайте сообщения от клиентов из социальных сетей мгновенно, подключив интеграцию сообщений со своих бизнес страниц. amoCRM дает возможность, с помощью инструментов ВКонтакте и уникальных возможностей Digital воронки, упростить получение и обработку лидов

Чат Instagram:

Интеграция с сервисом Instagram позволяет быстро отвечать на сообщения ваших клиентов. amoCRM автоматически создаст сделку при входящем сообщении от

нового клиента, что позволяет Вам сохранять истории переписок со всеми потенциальными клиентами.

Чат WhatsApp:

Набор возможностей стандартный для современных мессенджеров: отправка сообщений, фото, видео, аудиозаписей, создание чатов и онлайн-звонки. Есть возможность поставить текстовый статус, где можно добавить краткую характеристику вашего контакта. Видео, фото сохраняются в галерею автоматически, а отправка стикеров отсутствует.

## **ЭТАП 5. Обучение сотрудников и руководителя.**

Результат аудита и обучения зависит полностью от присутствия заказчика в процессе внедрения. Если сам руководитель не вникает и не работает в CRM, но менеджеры тем более не будут напрягаться.

Нужно быть готовым к тому, что работники компании в штыки воспримут систему и будут игнорировать работу в ней.

Каждый привык работать в своем стиле и темпе. Часто менеджеры продаж противятся внедрению CRM просто потому, что они «уже ведут свою табличку клиентов в Excel и им так удобней». Что касается ленивых, то им не выгодна прозрачная система, потому что тогда сложнее будет играть в танки во время работы или разговаривать с подругой по телефону.

Обучение проходит по скайпу. Чтобы сотрудники в режиме реального времени могли задать интересующие вопросы.

Задача интеграторов - качественно провести обучение как менеджеров, так и руководителя. Желательно делать это обособленно. Не обо всем функционале системы должны знать сотрудники. Момент полного контроля они, вряд ли, оценят.

Задача владельца бизнеса – создать комфортные условия, технические и психологические. Внедрение CRM системы должно поддерживать вашу команду. Покажите, что работа станет проще, и денег станет больше.



Агентство-автоматизации «PROST CRM»

г. Нижний Новгород

Тел.: +7 (831) 234-40-44

Email: [info@prost-crm.ru](mailto:info@prost-crm.ru)

Сайт: [PROST CRM](http://PROST CRM)

В статье представлен тезисный план интеграции CRM в отдел продаж. Количество этапов для каждого отдельного проекта разниться в зависимости от ниши и целей компании.