



**Задание № 1 по дисциплине
«Управление качеством в
системе маркетинга»
на тему:**

СИСТЕМА CRM

Выполнила студентка
группы 10-Э-МА1

Белик Юлия
Владимировна

Что такое CRM?



Определение CRM

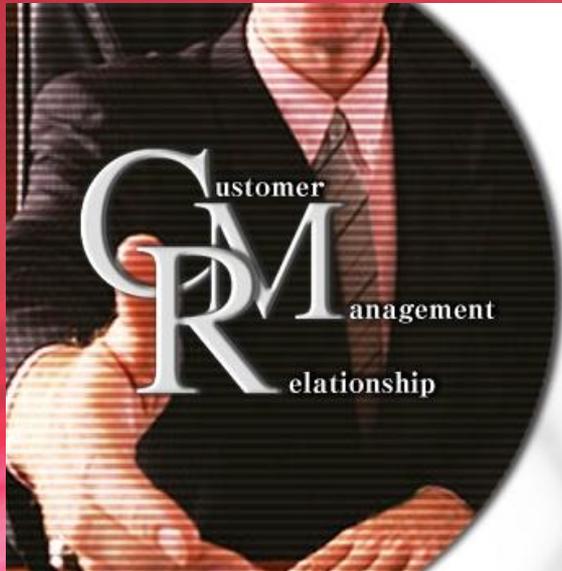
C CUSTOMER
R RELATIONSHIP
M MANAGEMENT

CRM переводится с английского языка как «управление взаимоотношениями с клиентами»

CRM –
это стратегия, основанная на использовании передовых управленческих и информационных технологий, с помощью которых компания выстраивает взаимовыгодные отношения со своими клиентами

[Разные определения CRM](#)

Цели CRM



- ❖ Создание единой базы клиентов с развитой структурой;
- ❖ Сохранность истории переговоров;
- ❖ Повышение лояльности клиентов, скорости и качества их обслуживания;
- ❖ Рост объема продаж;
- ❖ Увеличение прибыли.



БАЗОВЫЕ МОДУЛИ CRM



Задачи CRM

В области управления клиентской базой:

- ❖ Создание необходимой структуры базы клиентов и контактных лиц. Организация оперативной регистрации нового клиента. Составление подробной характеристики о каждом клиенте и контактном лице;
- ❖ Сегментация клиентов. Получение необходимой аналитики по базе клиентов и контактных лиц;
- ❖ Отражение динамики изменения состояния отношений с клиентами



Задачи CRM

В области управления контактами с клиентами:

- Регистрация телефонных переговоров, личных встреч, почтовых, электронных писем и прочих видов контактов;
- Планирование контактов на будущее;
- Передача информации о контактах с клиентом между сотрудниками;
- Проведение анализа текущих и запланированных контактов по клиентам различных групп;
- Организация информирования клиентов персонализированных почтовых рассылок клиентам (предложения, поздравления с праздниками и т.д.).



Задачи CRM

В области управления сервисным обслуживанием:

- ✓ Учет товаров, находящихся на обслуживание;
- ✓ Регистрация вопросов по использованию, настройке, неисправностям товаров, стоящих на обслуживании;
- ✓ Использование базы, содержащей ответы на наиболее часто возникающие вопросы;
- ✓ Учет времени реакции на обращения клиентов, контроль времени работы по решению обращений клиентов.



Задачи CRM

В области управления продажами:

- Регистрация интересов и потребностей клиентов;
- Обеспечение лояльности существующих клиентов, привлечение новых клиентов;
- Управление воронкой продаж;
- Управление сделками и заключенными договорами, контроль сроков оплаты, поставки и выполнения других обязательств;
- Анализ и прогнозирование продаж.



Задачи CRM

В области управления маркетингом:

- Планирование и проведение маркетинговых кампаний;
- Регистрация источников рекламы, используемых для продвижения товаров и услуг;
- Оценка эффективности рекламных и маркетинговых кампаний;
- Подготовка, проведение и обработка опросов (анкетирование);
- Проведение телемаркетинга различных групп клиентов;
- Маркетинговый анализ текущей деятельности конкурентов и анализ внешних и внутренних факто



Виды CRM

- CRM
 - Оперативные
 - Аналитические
 - Коллаборационные

[Подробнее](#)

Список использованных источников

1. Гринберг П. CRM со скоростью света. - СПб.: Символ Плюс, 2007. - 528 с.
2. Кудинов А. CRM: российская практика эффективного бизнеса. – М.: 1С - Паблишинг, 2009. - 374 с.
3. Черкашин П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). – М.: Бином, 2007. – 376 с.
4. <http://www.mavriz.ru> - Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»



**Спасибо
за
внимание!**