

УДК 338.242.2

## ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ

Р.В. Хрусталеv

*Кафедра «Менеджмент», ФГБОУ ВПО «ТГТУ»;  
r.v.khrustalev@gmail.com*

**Ключевые слова и фразы:** инновационные CRM-системы; особенности инновационных CRM-систем; тренды на рынке CRM-систем.

**Аннотация:** Рассмотрены характерные особенности инновационных систем управления взаимоотношениями с клиентами, к которым относят: использование облачных технологий, оптимизацию интерфейсов, централизованный сбор информации, интеграцию с бизнес-системами, гибкость, использование социальных инструментов, мобильность, обработку больших объемов данных, использование аналитических инструментов и краудсорсинг.

---

Эффективность современного менеджмента во многом базируется на применении информационных технологий. Это позволяет автоматизировать и оптимизировать большинство бизнес-процессов в организации. Развитие информационных технологий формирует определенные тренды на рынке CRM-систем (Customer Relationship Management) в части программного обеспечения (ПО).

Можно выделить следующие особенности инновационных CRM-систем:

1. *Использование облачных CRM-систем.* Адаптация модели **SaaS** (Software-as-a-Service) на рынке CRM-систем идет очень быстрыми темпами. Многие компании, уже использующие SaaS-решения, рассматривают возможности использования решений **Paas** (Platform-as-a-Service). В 2012 году 40 % проданных CRM-систем использовали облачные технологии [1].

2. *Оптимизация интерфейсов.* В связи с возрастающей требовательностью пользователей к своему рабочему пространству, удобство использования программного обеспечения (usability) стало важным аспектом на рынке делового ПО. Оптимизация интерфейса является одним из важных факторов при выборе CRM-системы для предприятия, так как значительно сокращает издержки на обучение персонала.

3. *Централизованный сбор информации.* Программные продукты, позволяющие централизованно собирать все сведения о клиенте в одном месте и предоставлять доступ к ним сотрудникам с любого устройства, значительно повышают уровень сервиса в компании и позволяют делать более клиентоориентированные продукты.

4. *Интеграция с бизнес-системами.* Возможность реализации более эффективных бизнес-процессов и сокращения времени, которое тратится на перенос данных между разными системами. Требуется интеграция между CRM-системами и другими профессиональными системами, используемыми на предприятиях.

5. *Гибкость.* Возможность самостоятельной настройки пользователем системы дает большие преимущества, так как опытный пользователь может учитывать значительно больше сведений в используемых моделях. Также облегчает интеграцию CRM-систем при внедрении на предприятие.

6. *Использование социальных CRM-систем.* Обычно такие системы имеют многопользовательский интерфейс (для клиентов и партнеров), используют данные и контент, а также предоставляют достаточную степень автономии.

В функционал социальных CRM-систем входят: доски сообщений, блоги, рейтинговые системы (для продуктовых обзоров), инструменты репутационного менеджмента, социальные теги, закладки, поиск, фильтры, пользовательские аналитические инструменты, структурированные и не структурированные возможности data mining. Преимущества социальных CRM-систем для бизнеса: построение доверительных отношений с клиентами, постоянный доступ к пользовательскому фидбэку, увеличение продаж, дифференциация продуктов и сервисов, повышение эффективности кросс-продаж, снижение стоимости сервиса и другие. Преимущества социальных CRM-систем для клиентов: влияние на принятие решений, получение более полной информации о продуктах и сервисах, увеличение контроля над взаимодействием с компанией, повышение лояльности к бренду.

Развитие технологии социальных CRM-систем ведется по пути углубления интеграции с традиционными CRM-процессами, а также популярными сервисами социальных сетей, увеличения использования аналитических инструментов, а также создания новых интересных проектов и кейсов. На 2011 год 90 % пользователей применяли социальные CRM-системы для коммуникации с клиентами. Их объем в области **B2B** (Business to Business) будет постепенно увеличиваться, так что на такие случаи придется уже 30 % от общего количества внедрений в 2015 г., прогнозирует Gartner [2].

7. *Мобильность CRM-систем.* Мобильные CRM-системы позволяют получать и обрабатывать данные о клиентах с помощью устройств типа смартфонов и планшетов. Наиболее полнофункциональные мобильные CRM-системы при этом не уступают по набору функций «большим» CRM-системам, а в некоторых вопросах даже превосходят их. К числу оригинальных возможностей мобильных CRM-систем, в некоторых случаях очень важных, может относиться работа со специфическими мобильными данными: добавление фото, снятие камерой телефона, голосовые записи, данные GPS [3].

8. *Обработка больших объемов информации.* Современное программное обеспечение не в состоянии оперировать большими объемами данных в короткий временной промежуток. С каждым годом объем информации, собираемый крупными компаниями о клиентах, значительно увеличивается. «Большие данные» (Big Data) Gartner рассматривает в трех разных плоскостях – увеличение разнообразия информации, рост объема, скорости передачи данных. В концепции «больших данных» основным является целиковая обработка массива информации, что при анализе приводит к получению более достоверного результата. В основном используется репрезентативная выборка, которая все же дает погрешности и требует предварительной подготовки данных [4]. Что касается проблемы «больших данных», то ее решение на рынке CRM-систем только начинается. Из числа пользователей CRM-систем этот вопрос больше всего волнует мобильных операторов, которые хранят много информации о каждом клиенте. За последние три-четыре года объем данных у них увеличился в тысячи раз [2].

9. *Аналитика*. Стабильный рост расходов на аналитические CRM-системы понятен, так как компания, накопившая большое количество информации о клиентах, захочет получить анализ имеющихся данных.

10. *Краудсорсинг*. Компании все чаще и чаще используют мнение потребителей для определения приоритетов. Обратная связь клиентов с сотрудниками в виде результатов опросов, визитов клиентов, данных о настроении в сообществе, помогает сотрудникам компаний лучше понимать, какое влияние они оказывают на клиента своими решениями. В связи с этим краудсорсинговый функционал, тесно связанный с социальным инструментарием, будет все активнее проникать в ведущие CRM-платформы [2].

Таким образом, эти особенности являются ключевыми направлениями развития ПО и определяют характерные черты инновационных систем управления взаимоотношениями с клиентами. Они формируют критерии и направление модернизации уже существующих продуктов, а также ведут к созданию новых инновационных решений на рынке CRM-систем, сочетающих в себе все современные достижения в разработке программного обеспечения и эффективного менеджмента.

#### *Список литературы*

1. 2013 CRM Market Share Update: 40% Of CRM Systems Sold Are SaaS Based [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.forbes.com/sites/louiscolombus/2013/04/26/2013-crm-market-share-update-40-of-crm-systems-sold-are-saas-based/?partner=yahootix>. – Загл. с экрана.

2. Государство. Бизнес. ИТ. 10 трендов CRM [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://tadviser.ru/a/127892>. – Загл. с экрана.

3. Государство. Бизнес. ИТ. Мобильные CRM [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Мобильные\\_CRM](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Мобильные_CRM). – Загл. с экрана.

4. Gartner Says Solving 'Big Data' Challenge Involves More Than Just Managing Volumes of Data [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gartner.com/newsroom/id/1731916>. – Загл. с экрана.

---

## **Features of Innovative Systems of Customer Relationship Management**

**R.V. Khrustalev**

*Department "Management", TSTU;  
r.v.khrustalev@gmail.com*

**Key words and phrases:** features of innovative CRM systems; innovative CRM systems; trends in the market of CRM systems.

**Abstract:** The paper describes typical features innovative CRM systems and the main trends in their development. These include include: application of cloud technologies, optimization of interfaces, centralized collection of information, integration with business systems, flexibility, application of social tools, mobility, processing large amounts of data, analytical tools, and of crowdsourcing.

## **Besonderheiten der Innovationssysteme der Leitung der Zusammenbeziehungen mit den Kunden**

**Zusammenfassung:** Es sind die charakteristischen Besonderheiten der innovativen Systeme der Leitung der Zusammenbeziehungen mit den Kunden betrachtet. Zu ihnen gehören: die Benutzung der Wolkentechnologien, die Optimierung der Interfaces, das zentralisierte Sammeln der Information, die Integrierung mit den Business-Systemen, die Biagsamkeit, die Benutzung der sozialen Instrumente, die Mobilität, die Bearbeitung der großen Volumen der Angaben, die Benutder analytischen Instrumente und das Crowdcoursing.

---

## **Particularités des systèmes d’innovation de la gestion des relations avec les clients**

**Résumé:** Sont énumérées les particularités des systèmes d’innovation de la gestion ainsi que les tendances essentielles du développement. Ici se rapportent: emploi de technologies de “nuages”, optimisation des interfaces, saisie centralisée de l’information, intégration avec des systèmes business, flexibilité, emploi des instruments mobiles, traitement de grands volumes de données, emploi des instruments analytiques et crowdcoursing.

---

**Автор:** *Хрусталеv Роман Валерьевич* – ассистент кафедры «Менеджмент», ФГБОУ ВПО «ТГТУ».

**Рецензент:** *Быковский Виктор Васильевич* – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Менеджмент», ФГБОУ ВПО «ТГТУ».

---