БЕЗ CRM НЕТ РАЗВИТИЯ

ИД «КОММЕРСАНТЪ» И «ЛАНИТ ОМНИ» (ВХОДИТ В ГРУППУ ЛАНИТ) НА ПЛОЩАДКЕ ПЕТЕРБУРГСКОГО ТЕХНОПАРКА «ЛЕНПОЛИГРАФМАШ» ПРОВЕЛИ МАСШТАБНОЕ ДЕЛОВОЕ МЕРОПРИЯТИЕ ДЛЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА, ПОСВЯЩЕННОЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ. ЭТО ПЕРВАЯ ИЗ ШЕСТИ ЗАПЛАНИРОВАННЫХ НА 2024 ГОД ВСТРЕЧ РАЗРАБОТЧИКА ПЛАТФОРМЫ BPMSOFT И ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РЕАЛЬНОГО БИЗНЕСА В РАМКАХ ТУРА ROAD-SHOW BPMSOFT, КОТОРЫЙ ПРОДЛИТСЯ ДО ОКТЯБРЯ. ВЛАДЕЛЬЦЫ И ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ КОМПАНИЙ, ДИРЕКТОРА ПО IT-ТРАНСФОРМАЦИИ, РУКОВОДИТЕЛИ ПРОДАЖ, МАРКЕТИНГА И СЕРВИСА КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ ОБСУДИЛИ, КАК ВЫСТРОИТЬ УСТОЙЧИВУЮ СИСТЕМУ ПРОДАЖ, КАК УЗНАВАТЬ БОЛЬШЕ О КЛИЕНТАХ И УКРЕПЛЯТЬ ОТНОШЕНИЯ С НИМИ, А ТАКЖЕ КАКИЕ ОШИБКИ ПРИВОДЯТ К ПОТЕРЕ КОМПАНИЕЙ ПРИБЫЛИ И КАК ИХ ИЗБЕЖАТЬ. ВЛАДИМИР КОЛОДЧУК

Автоматизация маркетинговых и бизнес-процессов в 2024 году продолжает оставаться неотъемлемой частью стратегий компаний. По сравнению с прошедшими периодами рынок стал более высококонкурентен, а запросы клиентов, касающиеся функционала и качества продукции, значительно возросли. «Бизнес ждет от разработчиков продукты высокого уровня, так как не готов терять ни в удобстве, ни в функциональности, ни в безопасности при миграции на отечественное ПО»,— подчеркивает Юрий Востриков, генеральный директор «ЛАНИТ Омни». При этом, по его словам, в последние годы российские вендоры получили ощутимую мотивацию развиваться, улучшать решения и адаптировать их под требования меняющегося рынка.

Так, на мероприятии в Санкт-Петербурге компания «ЛАНИТ Омни» продемонстрировала возможности новой версии процессно-ориентированной low-code-платформы BPMSoft, а также предоставила слово своим клиентам, чтобы они поделились опытом успешного внедрения для тех заказчиков, которые только рассматривают новые системы для автоматизации своих бизнес-процессов.

Эксперты подчеркивают, что в нынешних условиях особенно важно не только уделять внимание привлечению новых клиентов, но и задействовать максимально возможные ресурсы и методы для развития отношений с действующей клиентской базой и повышения ее лояльности. «Ведь потеря покупателей напрямую ведет к снижению выручки»,— указывает Максим Илюхин, директор по продажам корпоративным клиентам «ЛАНИТ Омни». Так, согласно данным аналитических исследований, сохранение существующей базы экономит компаниям до 80% маркетингового бюджета. «При этом затраты на привлечение заказчиков редко окупаются с первой же сделки: в ряде отраслей исключительно повторные продажи и продолжительные отношения с клиентом позволяют бизнесу зарабатывать. Для этого применяют современные CRM-решения, которые помогают не только регулярно контактировать с потребителями, но и персонализировать коммуникации, предлагать релевантные продукты с помощью машинного обучения и прогнозировать успешность будущих сделок»,— говорит господин Илюхин.

CRM-СИСТЕМА МОЖЕТ СТАТЬ КЛЮЧЕВОЙ ИНВЕСТИЦИЕЙ ДЛЯ ЛЮБОЙ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОЙ КОМПАНИИ: ЕЕ ВНЕДРЕНИЕ ПРИВОДИТ К ЗНАЧИТЕЛЬНОМУ УСКОРЕНИЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ОРГАНИЗАЦИИ — ДО ПЯТИ РАЗ, ОСВОБОЖДАЯ ОТ РУТИНЫ ДО ПОЛОВИНЫ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ СОТРУДНИКОВ И РУКОВОДИТЕЛЕЙ



ДМИТРИЙ МНОГОЛЕТ

МАКСИМ ИЛЮХИН, ДИРЕКТОР ДЕПАРТАМЕНТА ПРОДАЖ КОРПОРАТИВНЫМ КЛИЕНТАМ «ЛАНИТ ОМНИ»

Участники мероприятия отмечают, что на высококонкурентном рынке CRM-система — это незаменимый для клиентоориентированной компании инструмент, который позволяет грамотно выстраивать отношения с заказчиками, агрегировать данные, персонализировать коммуникации. «Инструменты CRM помогают настраивать аналитику, с помощью которой принимаются взвешенные управленческие решения, а также повышают конверсию лидов в сделки и, соответственно, увеличивают объемы продаж и доходов компании»,— считает Инесса Чернецова, руководитель службы качества и клиентского сервиса сети автоцентров «Петровский».

С ней солидарен эксперт CRM Алексей Кудинов. Он поясняет, что CRM-система может стать ключевой инвестицией для любой клиентоориентированной компании: ее внедрение приводит к значительному ускорению бизнес-процессов организации — до пяти раз, освобождая от рутины до половины рабочего времени сотрудников и руководителей.

По мнению госпожи Чернецовой, ключевым фактором при выборе CRM является возможность кастомизировать систему под собственные бизнес-процессы, потому что цикл продаж и постпродажное обслуживание в дилерской компании отличаются от аналогичных процессов в девелопменте или ритейле. «Поэтому мы оценили гибкость и масштабируемость решения от „ЛАНИТ Омни“. Могу сказать, что, благодаря внедрению BPMSoft мы получили больше, чем рассчитывали на этапе выбора CRM-системы»,— делится она.

Господин Кудинов добавляет, что современные CRM-системы позволяют автоматизировать до 80% внутренних процессов и исключают потерю заявок, задач и данных о клиентах. По его словам, внедрение таких систем позволяет клиентским менеджерам и менеджерам по продажам креативно подходить к решению проблем заказчиков. ■

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (онлайн-выпуск Санкт-Петербург, Guide «Цифровая экономика»)

Владимир Желонкин — генеральный директор АО «Коммерсантъ», главный редактор
Анатолий Гусев — автор дизайн-макета
Андрей Ершов — главный редактор СПб страниц
Александр Коряков — бильд-редактор
Валерий Грибанов — выпускающий редактор
Марина Шевченко — корректор
Василиса Сатирская — верстка
Марина Победенная — рекламная служба

Адрес редакции и издателя: 123112, г. Москва, Пресненская наб, д.10 этаж 35. Тел. (495) 797-6970. Адрес редакции в Санкт-Петербурге: 191024, Харьковская ул., д. 8А, лит А. Тел. (812) 324-6949

Учредитель: АО «Коммерсантъ». Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ», зарегистрировано Роскомнадзором, регистрационный номер и дата принятия решения о регистрации ПИ №ФС77-76923 от 11.10.2019 года

В печатном виде номер не выходит. Распространяется бесплатно. 16+

Фото на обложке: Евгений Павленко