

ХRM – ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД В АВТОМАТИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.С. Губкин

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова
г. Барнаул

Статья посвящена современной автоматизации бизнес-процессов на средних и крупных предприятиях посредством ХRM-систем.

Ключевые слова: бизнес-автоматизация, ХRM, CRM.

В настоящее время многие экономики больше не “растут” такими темпами, как раньше, значит наступает пора серьёзной конкуренции. В настоящее время скорость развития и сменяемости технологий постоянно увеличивается. Многие компании борются за повышение производительности труда, внедряя новые разработки, в том числе и автоматизируя производственные и бизнес-процессы. Большой шаг был сделан с созданием класса систем CRM (Система управления взаимоотношениями с клиентами). Это прикладное программное обеспечение, предназначенное для компаний для автоматизации стратегий взаимодействия с клиентами (оптимизация маркетинга, повышение уровня продаж и улучшение обслуживания путём сохранения информации о клиентах и процессах связанных с ними). CRM-системы, получили широкое распространение во всех без исключения сферах бизнеса. Такие системы уже не новинка и их можно встретить как в крупных холдингах, так и в небольших компаниях. Но функционала классических CRM-систем порой недостаточно для выполнения многих бизнес задач. И вот на смену CRM приходит ХRM (eXtended Relationship Management). [1][2].

ХRM – системы – это новый шаг в развитии бизнес-автоматизации. К классическому списку задач, решаемых CRM, добавляются такие как автоматизация процессов работы с поставщиками и партнерами, управление проектами, интеграция с управленческим и бухгалтерским учетом.

Именно единство работы в одной системе позволяет добиться повышения уровня работоспособности компании за счет полной интегрированности всех стадий и непрерывности процессов.

ХRM системы в подавляющем большинстве предоставляются по принципу SaaS (англ. software as a service — программное обеспечение как услуга). Разработанное ПО предоставляется заказчику в виде веб-приложения, таким образом избавляя заказчика от ряда затрат, связанных с организацией материально-технической инфраструктуры, обслуживания и постоянной модернизации. Благодаря такому подходу клиент не привязан к инсталляционным процессам, доступность системы возможна с любого устройства имеющего доступ в Интернет и не требует никаких установок (наличие браузера является обязательным условием). Таким образом благодаря технологии SaaS, эффективное функционирование компании возможно и удаленно, что при специализированности профиля компаний и географии проектов – положительно сказывается на результате работы. Обслуживание и обновление ХRM происходит централизованно на сервере, что избавляет от необходимости обновления клиентских машин (вне зависимости от кол-ва рабочих мест). Также благодаря технологии SaaS значительно упрощаются мероприятия, связанные с лицензированием продукта. [3]

Использование ХRM-системы для автоматизации бизнес-процессов по технологии SaaS предоставит компании существенные преимущества:

– Автоматизация бизнес-процессов. Разложить и формализовать все рабочие процессы на всех стадиях работы с клиентом – задача, решаемая бизнес-аналитиками с помощью ХRM. Если все сотрудники действуют согласно регламентированным процессам, уменьшается количество ошибок, работа компании ускоряется, а результаты труда становятся более прогнозируемыми.

Если выполнение процессов прозрачно для руководителей, им гораздо легче выявлять слабые места в работе и направлять усилия сотрудников в нужное русло.

— Управление информацией о клиентах. «Сердцем» любой CRM-системы является база данных как физических, так и юридических лиц, которые взаимодействуют с Вашей компанией в рамках деятельности предприятия. Это не только клиенты, но и филиалы компании, партнеры, поставщики, конкуренты.

База данных клиентов сама по себе ценный актив, а CRM-система позволяет использовать ее в работе с максимальной эффективностью. Клиентская база консолидирована, организация получает полную информацию о своих клиентах и их предпочтениях и, основываясь на этих сведениях, строит стратегию взаимодействия.

Единая база данных клиентов и полная история взаимоотношения с ними в совокупности с мощными аналитическими инструментами CRM позволяет удерживать и развивать существующих клиентов, выявляя наиболее ценных, а также привлекать новых клиентов.

— Управление продажами. CRM-система помогает менеджерам планировать продажи, организовывать прозрачное управление сделками и оптимизировать каналы продаж.

Система хранит полную историю общения с клиентами, что помогает департаментам продаж анализировать поведение клиентов, формировать подходящие им предложения, завоевывать лояльность.

Планирование продаж в CRM-системе организовано в различных срезах (по регионам, менеджерам, направлениям и т. д.). Менеджер составляет план на основе данных по своим клиентам с учетом вероятности, а руководитель, проанализировав объем подтвержденных платежей, может составить для менеджера стимулирующий план.

С помощью инструментов CRM-системы руководители могут контролировать качественные показатели работы менеджеров (воронка продаж), выполнение планов продаж, соблюдение сроков оплаты и поставки.

Система позволяет оценивать объем и вероятность сделок, управлять бизнес-процессами продаж, следить за состоянием

сделки и анализировать действия конкурентов.

— Управление маркетингом. CRM-система позволяет оптимальным образом планировать и проводить маркетинговые мероприятия, управлять ресурсами и бюджетами на маркетинг, координировать все маркетинговые воздействия.

Сотрудники отдела маркетинга получают единую библиотеку маркетинговых материалов, инструменты для сегментации клиентов, автоматизации персонализированных рассылок для целевой аудитории. А для измерения эффективности деятельности отдела и прибыльности проводимых кампаний CRM-система предлагает специальные инструменты анализа.

— Управление рабочим временем. Эффективное управление и учет рабочего времени оказывают положительное влияние на все бизнес-процессы компании. CRM-система позволяет сотрудникам организации не только протоколировать использование текущего рабочего времени, но и планировать загрузку на будущие периоды.

Идеология CRM-систем предлагают удобный доступ к расписанию, в котором сотрудник может планировать собственное рабочее время, отмечать результаты выполнения запланированных дел, просматривать расписание коллег. В свою очередь, в распоряжении руководства оказываются инструменты для контроля загруженности и эффективности работы подчиненных.

Благодаря возможности связывать все задачи с соответствующими контрагентами, контактами, сделками формируется и накапливается история работы с каждым клиентом. Генерация 80% задач автоматически по бизнес-процессу позволяет освободить сотрудников от рутинных операций, наиболее рационально распределяя рабочее время, и не забыть ни об одном важном деле.

— Управление проектами. Для каждой компании важно эффективно управлять проектами, ведь от этого зависит скорость и качество достижения запланированных результатов. Оптимизация проектной деятельности в организации достигается за счет автоматизации процессов работы над проектом.

CRM-системы предоставляют инструменты для планирования и контроля

проектов, управления ресурсами и стоимостью, учета трудозатрат на проект.

Возможность совместной работы над проектом и проектной документацией, планирования проектов с учетом индивидуальных календарей сотрудников в разрезе этапов, работ и задач способствует систематизации работы над проектами.

— Управление финансами. Для успешной работы компании необходимо в любой момент времени получать актуальную информацию обо всех ресурсах, которыми она располагает, а также об эффективности использования этих ресурсов. Руководители предприятий нуждаются в получении данных о текущем состоянии активов для принятия обоснованных решений и оперативного реагирования на изменения в бизнесе.

ХRM-системы предоставляют инструменты для эффективного финансового менеджмента, управления финансовыми транзакциями.

Функции ХRM-системы для осуществления бюджетирования и контроля движения денежных средств способствуют повышению производительности, эффективности и оперативности финансовой деятельности организации.

— Оптимизация коммуникаций внутри компании. Низкий уровень развития коммуникаций между сотрудниками и подразделениями делает работу компании малоэффективной и приводит к сбоем основных бизнес-процессов. Как следствие — снижается прибыльность бизнеса.

ХRM-система позволяет организовать эффективное взаимодействие и обмен информацией внутри компании, препятствуя возникновению «информационных провалов» и потере важной информации.

Использование ХRM-системы в компании поможет синхронизировать действия персонала, контролировать выполнение функциональных ролей команды в сделках, организовать автоматическое распределение задач между сотрудниками различных отделов на основании логики действующих бизнес-процессов.

Благодаря применению единых корпоративных стандартов и лучших практик ведения бизнеса, ХRM-система обеспечит быстрое обучение новых сотрудников.

— Гибкая аналитика. Невозможно повысить рентабельность предприятия без глубокого анализа информации о клиентах, их ценности и доходности, выявления «узких мест» в бизнес-процессах компании, анализа системы продаж и уровня сервиса. ХRM-система позволяет компании получить статистическую информацию, провести сложный анализ данных, что необходимо для принятия стратегически важных бизнес-решений. [4]

Например, в Барнауле компания "Адельфо" уже успешно внедряет ХRM-системы и занимает лидирующие позиции по разработке и внедрению таких систем (1 место), что подтверждает победа в региональном конкурсе "Ты-предприниматель" по направлению "Инновационный бизнес". Интегрированность многих процессов в ХRM на предприятии позволяет избежать межпрограммной интеграции, уменьшением в разы проблем связанных с внедрением и обучением сотрудников. Одними из ярких примеров внедрения ХRM-систем являются компании «ДубльГИС-Барнаул», «Домклик.ру» - международный сервис недвижимости, где внедрение ХRM-системы позволило повысить производительность компании в целом на 38,4%. Разрабатывать и внедрять ХRM-системы нужно на предприятиях, особенно в условиях высокой конкуренции, сложившейся на рынке на сегодняшний день.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Википедия — свободной энциклопедии [Электронный ресурс]: Система управления взаимоотношениями с клиентами — Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Crm> — Загл. с экрана.
2. Гринберг, Пол CRM со скоростью света = CRM at the speed of light. — СПб.: Символ Плюс, 2007. — 528 с.
3. BYTE Express [Электронный ресурс]: Модель SaaS — в мире и в России — Режим доступа: <http://www.bytemag.ru/articles/detail.php?ID=12825> — Загл. с экрана (10.10.2008 г.).
4. Tterrasoft [Электронный ресурс]: ХRM — новый уровень Вашего бизнеса — Режим доступа: <http://www.tterrasoft.ru/products/XRM> — Загл. с экрана.

Губкин Александр Сергеевич — магистрант АлтГТУ, e-mail: a.c.gubkin@gmail.com.