

Кейс внедрения CRM-системы

и автоматизации отдела продаж в компании «Фабрика Браслетов»

ФАБРИКА

Справка о заказчике

Компания ООО «Оптические Системы» представляет на рынке собственный бренд «Фабрика Браслетов». Компания является самым крупным производителем защитных браслетов для клубов и организаторов мероприятий на территории России. «Фабрика Браслетов» выпускает бумажные, силиконовые, пластиковые и виниловые браслеты. Проект по автоматизации продаж стартовал в 2013 году. В то время компания уже работала более 4 лет и столкнулась с набором проблем, которые мешали дальнейшему росту бизнеса. Фабрика Браслетов имела 1000 заказов в месяц при общей базе 2500 клиентов. Средняя выручка в месяц составляла 2,5 млн. рублей. В компании был частично внедрен продукт SugarCRM.



Описание проблемы

Собственник компании, Сергей, отмечал следующие острые проблемы.



1. Поток заявок и звонков с основного сайта автоматически не фиксировался в CRM. Менеджеры по продажам должны были вручную заводить карточку клиента, фиксировать результат общения и достигнутые договоренности. Далеко не всегда менеджеры ответственно подходили к заполнению информации в CRM: только 40% входящих заявок клиентов оформлялись соответствующим образом, а примерно 10% «лидов» вообще не фиксировались в системе, и менеджеры про них просто забывали.
2. В компании не было единого бизнес-процесса продажи, статус заказа никак не отслеживался, невозможно было контролировать исполнение всех заказов. По этой причине не перезванивали клиентам, забывали передать заказ в производство, задерживали отгрузки и т.д.
3. Работа отдела продаж, складской учет, производство и бухгалтерия были никак не связаны. Это приводило к огромной массе ручной работы. При 1 тыс. заказов в месяц приходилось делать огромный объем работы, связанной с переносом данных о клиентах и заказах из SugarCRM в 1С:Бухгалтерию. Зачастую сотрудники компании просто не успевали должным образом оформлять заказы, появлялись ошибки, приходилось вручную «подгонять» цифры.
4. Себестоимость продукции рассчитывалась «на глаз», в связи с чем некоторые заказы получались убыточными, невозможно было рассчитать максимально допустимую скидку и в целом управлять прибыльностью бизнеса.

Процесс выбора CRM-системы и подрядчика

Сергей, руководитель компании «Фабрика Браслетов», максимально погрузился в процесс выбора как самой CRM-системы, так и компании-интегратора (подрядчика), которая будет заниматься внедрением новой системы и автоматизацией отдела продаж. Сергей, при поддержке своей команды, провел миниисследование и протестировал несколько продуктов CRM, в том числе OpenSource решения такие, как SugarCRM, OpenERP и др. Требования, которые компания предъявляла к CRM-системе, не ограничивались стандартным функционалом: была необходима связь со складским учетом, менеджер бизнес-процессов и управленческие отчеты. В итоге было принято решение подойти комплексно к вопросу автоматизации бизнеса и построить всю инфраструктуру на платформе 1С:Предприятие 8. В качестве подрядчика была выбрана проектная команда **ALEXROVICH**, специализирующаяся на автоматизации продаж на базе продуктов «1С».



Проект внедрения 1С:Управление Торговлей + CRM 8

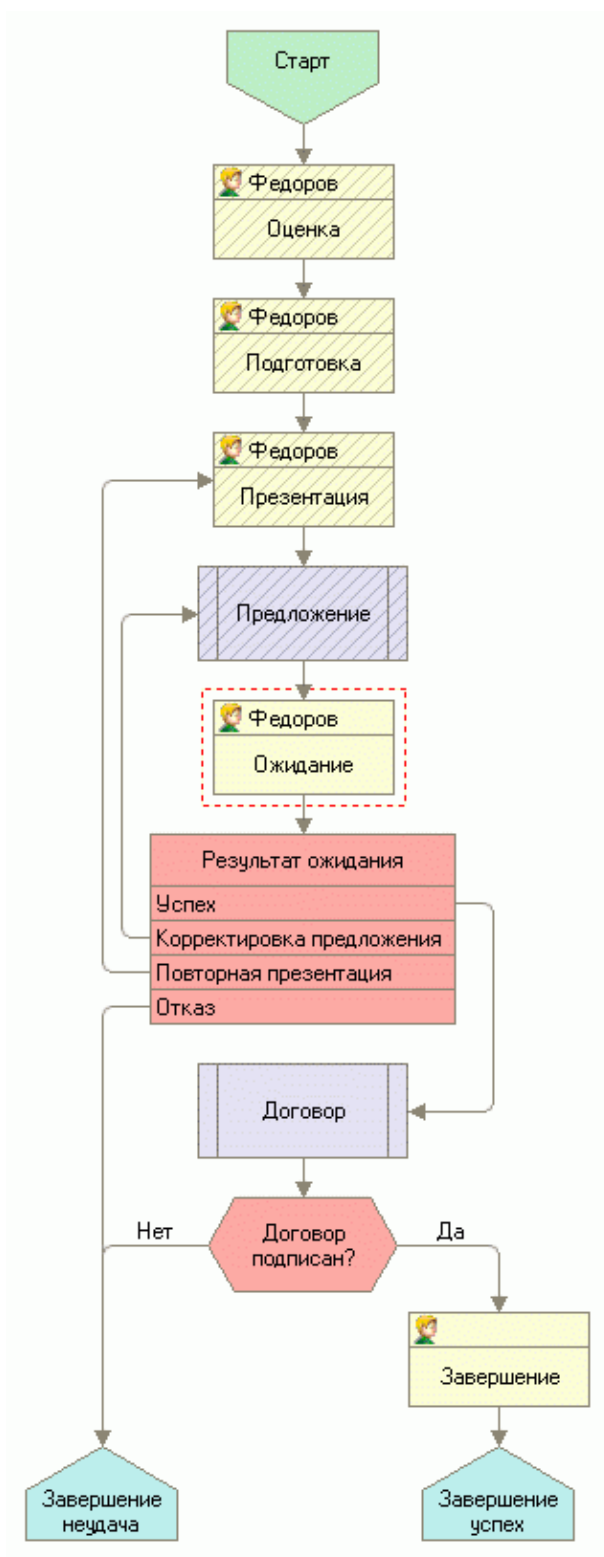
Целью проекта было автоматизировать складской учет и внедрить бизнес-процессы продаж. Таким образом, основными задачами стали переход компании с SugarCRM на 1С:Управление Торговлей 8 и настройка бизнес-процессов в 1С:CRM 8.

В первую очередь были перенесены все записи о клиентах и заказах из SugarCRM в 1С. Перенос осуществлялся в несколько этапов с помощью выгрузки базы из Sugar CRM в формате Excel и импорта в 1С:УТ+CRM 8. Сначала были настроены справочники «контрагенты» и «заказы клиентов» для полного соответствия структуре загружаемых данных. Затем был произведен импорт записей о клиентах и на их основе заведены все данные о прошлых заказах. Таким образом, в новой системе появилась полноценная клиентская база с историей заказов по каждому клиенту.



Далее в компании была настроена IP-телефония на базе Asterisk, что позволило централизовать все коммуникации как внутри компании, так и с клиентами. Для фиксации входящих и исходящих звонков менеджеров по продажам была произведена интеграция телефонии и 1С:УТ+CRM 8. Теперь, при входящем звонке нового клиента в 1С автоматически всплывает карточка события, чтобы менеджер мог зафиксировать всю необходимую информацию по клиенту и итог разговора. В случае клиента, о котором уже есть запись в базе, звонок адресуется ответственному менеджеру. Важно, что все входящие и исходящие звонки не только стали фиксироваться в системе и привязываться к конкретному клиенту (заказу), но и появилась возможность видеть аналитику по звонкам в разрезе менеджеров, прослушивать запись разговоров и контролировать качество общения с клиентами.

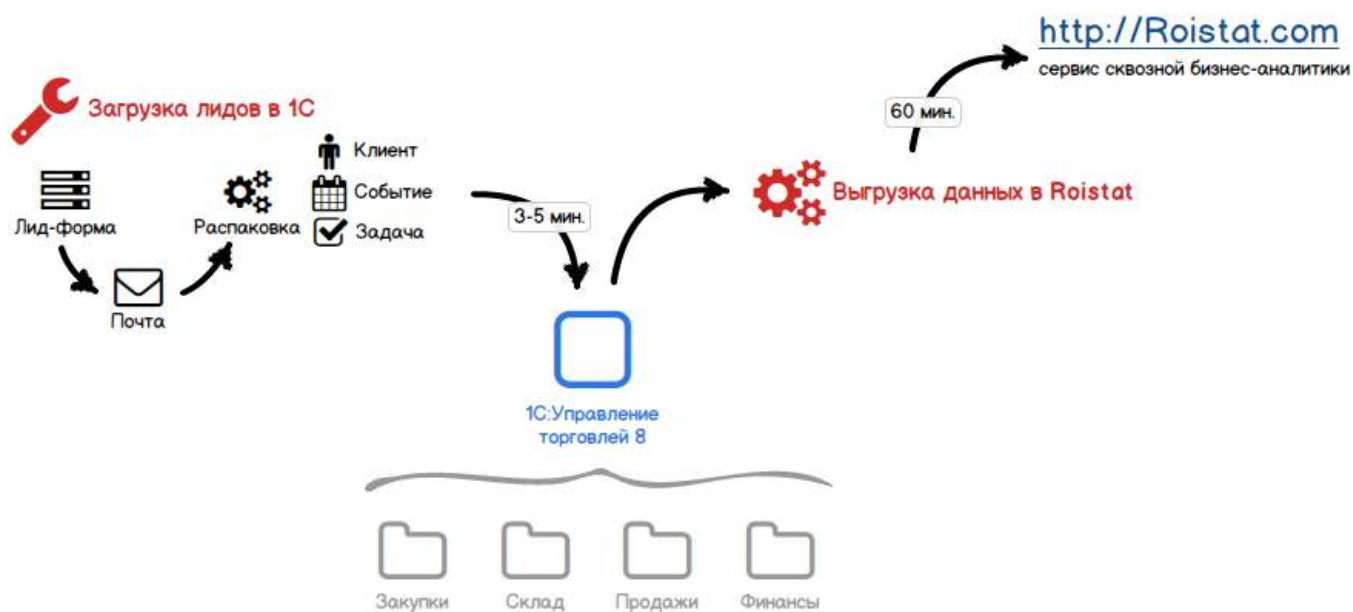
На следующем этапе внедрения CRM-системы был автоматизирован основные бизнес-процессы продаж. Это позволило систематизировать работу менеджеров по продажам и разделить отдел продаж на две группы: «фермеры» и аккаунт-менеджеры. «Фермеры» работают по холодной базе контактов с целью выявить интерес потенциального клиента. Аккаунт-менеджеры закрывают «теплых» клиентов и доводят сделки до оплаты. Поскольку бизнес-процесс зашит в систему, исключена потеря информации по клиенту, заявке или заказу. Также появилась возможность в любой момент времени отследить, на каком этапе бизнес-процесса находится заказ клиента, и настроить автоматические E-mail или SMS уведомления при готовности заказа к отгрузке.



Далее была реализована «распаковка» лидов (заявок) с сайта в 1С:CRM 8. Теперь все входящие запросы от клиентов автоматически фиксируются в системе, а конкретный менеджер получает задачу на обработку новой заявки. Причем не важно, с помощью какого инструмента клиент обратился в компанию: форма обратной связи, E-mail или виджет обратного звонка, - заявка попадет в CRM, создается карточка клиента и ставится задача менеджеру.

Важным этапом проекта по автоматизации стала интеграция функционала CRM-системы с блоками управления запасами и отгрузками. Это позволило настроить полноценный управленческий учет и сформировать такие отчеты, как «Отчет по заказам», «Отчет по отгрузкам» и др.

Для получения сквозной аналитики был установлен модуль интеграции 1С и сервиса Roistat. Схема работы интеграции строится на принципе: каждому посетителю сайта присваивается идентификационный номер (roistat_id), который далее привязывается к конкретному заказу клиента в 1С. Таким образом, появилась возможность отслеживать, с какого рекламного канала (вплоть до ключевого слова) пришел конкретный клиент, и сколько компания заплатила за его привлечение. Маркетолог в компании «Фабрика Браслетов» теперь получает реальный показатель ROI (отдача на вложенный рубль) по каждой рекламной компании, что позволяет максимально эффективно использовать маркетинговый бюджет.

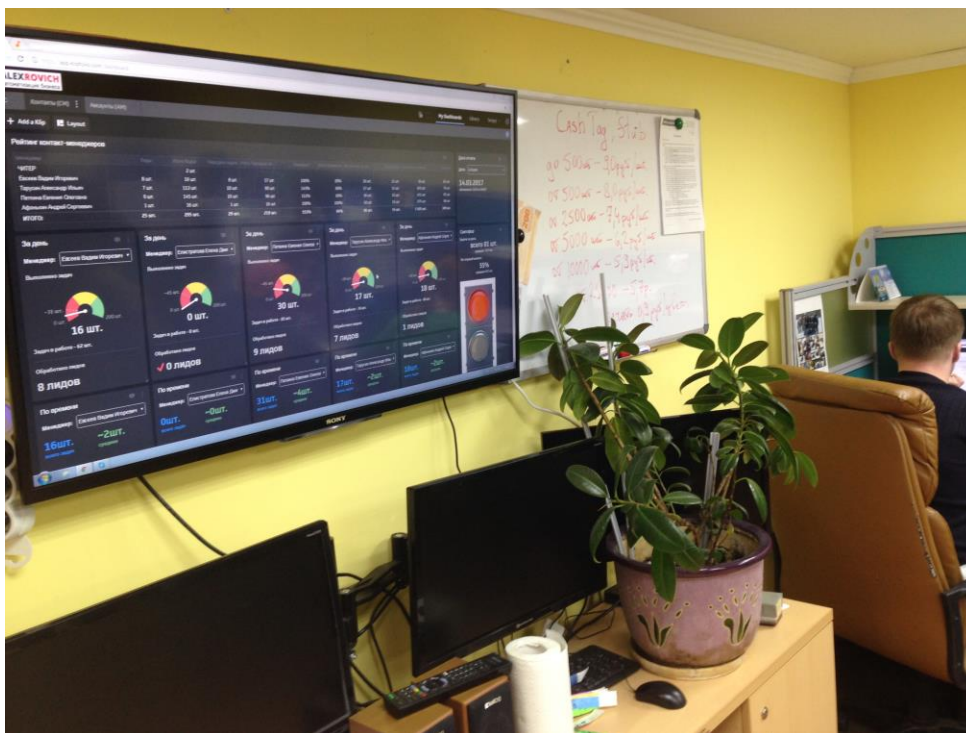


© 2016, ALEXROVICH.RU

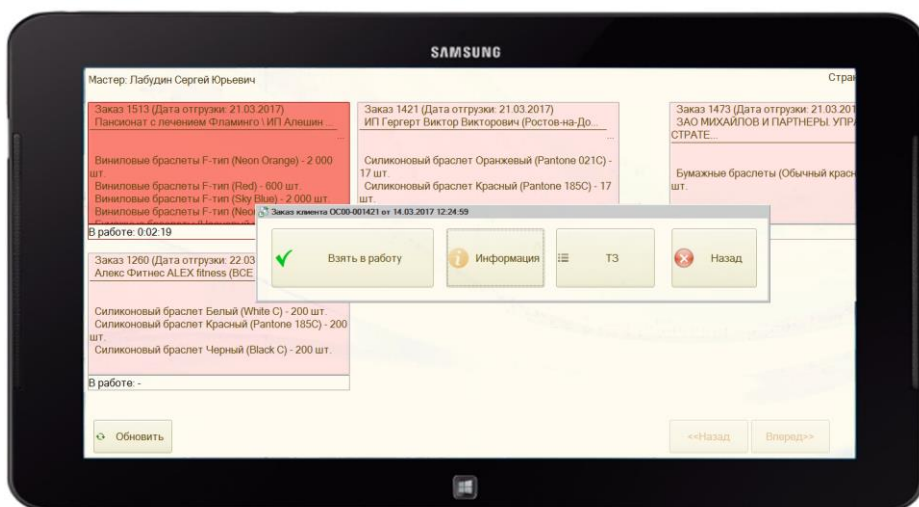
Далее был внедрен сервис «Графические отчеты» для 1С. Это сервис BI-аналитики (business intelligence), который позволяет визуализировать ключевые показатели бизнеса по данным, подгружаемым из 1С каждые 15 минут. В результате была визуализирована управленческая отчетность и активность менеджеров по продажам. Для повышения мотивации менеджеров в отделе продаж была установлена TV-панель с основными показателями по каждому менеджеру. Работа каждого сотрудника стала максимально прозрачна, а руководитель теперь в любой момент времени знает ответ на вопрос: «как работает отдел продаж?». Данный инструмент способствует развитию спортивной конкуренции среди менеджеров по продажам, что стимулирует их продавать больше и способствует росту бизнеса.

Функционал бизнес-процессов в дальнейшем позволил автоматизировать контроль качества по выполненным заказам. В 1С:CRM 8 был настроен инструмент

«анкетирование», который позволил массово собирать обратную связь от клиентов, находить проблемные места и постоянно повышать качество обслуживания клиентов. Также был внедрен бизнес-процесс «повторная продажа», который автоматически рассчитывает среднестатистическое время, когда у клиента предположительно должны закончиться браслеты, и ставит задачу менеджеру «позвонить, согласовать поставку следующей партии браслетов».



Одним из завершающих шагов в проекте автоматизации компании «Фабрика Браслетов» стало внедрение рабочих мест логиста и производителя. Рабочее место логиста – это инструмент, который позволяет управлять курьерами и доставками. Менеджер-логист распределяет доставки из общего списка заказов, готовых к отгрузке, с помощью интерактивной карты Москвы (адреса отмечены на Яндекс.Картах). В результате время, требуемое на планирование доставок и подготовку маршрутных листов, сократилось до 2-х минут в расчете на один адрес. Система теперь позволяет быстро и без ошибок распределять заказы по курьерам и контролировать статусы доставок.



Для отражения полного бизнес-процесса от заказа до доставки в 1С:УТ+CRM была реализована доработка «Рабочее место производителя». Сотрудник, находящийся на производстве, получает на планшетный компьютер заказы, статус по которым переключился на «переданы в производство». Сотрудник может взять заказ в

производство и по окончании поставить отметку «завершено». В это время заказ автоматически двигается по бизнес-процессу и, когда уже готов к отгрузке, попадает в список планирования доставок на рабочий стол менеджера-логиста в 1С.

Результаты

Ниже приведена таблица, наглядно отражающая результаты, которых удалось добиться за счет автоматизации продаж в компании «Фабрика Браслетов».

	2013 год	2016 год
Выручка/месяц	2,5 млн. руб.	8 млн. руб.
Средний чек	12 856 руб.	
Звонков менеджера	~20 в день	75 в день
Выполнение задач	нет	400-600 в месяц
Обработка заказов (на менеджера)	1-2 в день	5-10 в день

2013 год 2016 год. Через 3 года был зафиксирован четырёхкратный рост выручки. Значительно увеличилась эффективность менеджеров. Цифры показывают, что отдел продаж работает на полную. Такой рост бизнеса отразился даже на физическом состоянии собственника Сергея. Теперь у руководителя появилось время на спорт и отдых.



Отзыв заказчика

В целом собственник Сергей отмечает успех проекта по внедрению 1С:CRM в его компании: «После внедрения 1С удалось решить вопрос с ведением клиентской базы. Оно стало нормальным(!). По ведению всех сделок – мы видим, какие оплаты совершились, делаем выгрузку из клиент-банка. Раньше всё это руками делалось, что-то забывалось, появлялись ошибки».

Удалось решить главную боль заказчика – наладить работу отдела продаж: «У нас была очень сильная боль – это отдел продаж. Не было никакого контроля за ними. [не понятно], кто что делал. Кто как хотел принимал заявки и обрабатывал заказы, не было единого стандарта обработки заказов. Не было никакой систематизации. В общем, полный ноль! После внедрения 1С все лиды автоматически в CRM распаковываются, все клиенты обрабатываются одинаково по регламенту бизнес-процесса. И это действительно круто! Тебе позвонит клиент, спросит: «Где мой заказ», и ты реально знаешь, где он находится». Тем более, с ростом количества заявок, это стало просто необходимостью».

Сергей также остался доволен работой команды **ALEXROVICH** над проектом. Он отмечает:



*«Все те команды, с кем я раньше работал, не предлагали бизнес-решение. Они предлагали залатывание дыр. В то же время Андрей [руководитель **ALEXROVICH**] предлагал внедрить конкретные рабочие инструменты. Итог: внедрили, работает!»*

Сергей Тарасов, собственник компании «Фабрика браслетов»

**Заходите к нам на сайт www.alexrovich.ru
Звоните для получения консультации по вопросам внедрения
1С:CRM 8 в Вашей компании!**

Подробное интервью с собственником компании «Фабрика браслетов» Сергеем
Тарасовым

Контакты:

Телефон: 8 (495) 374-60-72

Почта: 1С@alexrovich.ru

Адрес: 127015, г. Москва, ул. Правды д.23 оф.1