

**Попова Алла Ивановна**

канд. экон. наук, доцент

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический

университет Петра Великого»

г. Санкт-Петербург

## **CRM-СИСТЕМЫ И ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА**

*Аннотация:* в статье рассматривается процесс использования CRM-систем в рамках цифровой трансформации бизнеса. Внедрение CRM-систем позволило многим представителям бизнеса оптимизировать свои бизнес-процессы, сократить трудозатраты, ресурсы и оставаться конкурентоспособными даже в трудных экономических условиях. Цифровая трансформация бизнеса с использованием такого инструмента, как CRM-система, дает возможность бизнесу активно развиваться.

*Ключевые слова:* цифра, бизнес, цифровая трансформация, CRM-система.

Доля субъектов малого и среднего предпринимательства в общем ВВП России составляет около 20%, при этом есть тенденция к росту.

По данным на декабрь 2023 года, число субъектов малого и среднего предпринимательства за год выросло на 6% и достигло 6,3 миллионов субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – СМСП) в РФ [4].

Одной из основных причин положительного тренда роста количества СМСП является цифровая трансформация [1] в таких ключевых сферах, как:

- клиентский сервис;
- работа с банками;
- документооборот;
- бизнес-процессы.

Применение достаточно простых и технологичных компьютерных программ дает начинающим предпринимателям, новые возможности оптимизации

процессов, масштабирования бизнеса, а также оставаться конкурентоспособными даже в трудных экономических условиях [4].

Масштабирование бизнеса также требует решения многих проблем – рост команды и организация её работы, коммуникации с большим числом клиентов, увеличение расходов на логистику, аренду, закупки и так далее. Предпринимателю, который не внедрил цифровую инфраструктуру и не автоматизировал бизнес-процессы достаточно сложно работать и конкурировать с другими компаниями. Повышенная нагрузка негативно отражается на бизнесе. Одной из базовых программ, которая автоматизирует бизнес-процессы, является CRM-система. CRM-система, или Customer relationship management (управление взаимоотношениями с клиентами), – компьютерная программа, которая помогает управлять бизнесом. В неё можно включить базу клиентов, учитывать все сделки, анализ продаж и отслеживать выполнение всех бизнес-процессов. Любые рутинные задачи в данной системе можно автоматизировать [4].

В России уровень использования такого рода компьютерных программ предпринимателями остается низким: около 20%, в то время как за рубежом – до 90% [4]. Несмотря на различные российские программы для бизнеса, многие предприниматели малых компаний ведут базы данных в Excel-таблицах, рассчитывают зарплаты вручную и ставят задачи сотрудникам по электронной почте. Все эти процессы замедляют развитие малых и средних компаний [4]. При этом постоянно ведется разработка еще более удобных в использовании и емких компьютерных программ для бизнеса. На рынке появляются программы, при внедрении которых можно значительно улучшить и повысить качество бизнес-процессов. CRM-системы также постоянно обновляются и становятся все технологичнее и доступнее по цене. Эту программу в два раза чаще используют компании малого и среднего бизнеса, тем самым даже, опережая крупные компании. Малый бизнес хочет использовать готовый облачный сервис, который легко установить и использовать для конкретных задач. Даже такой простой шаг в цифровой трансформации дает хорошие результаты, а ошибки и недочеты ми-

нимизируются [3]. Автоматизированные бизнес-процессы становятся основой для масштабирования бизнеса [4].

CRM-систему можно использовать на разных стадиях развития бизнеса. Так как она включает разные компоненты необходимые для разных стадий развития бизнеса. Состав компонентов системы позволяет решить вопросы с клиентами, контролировать работу персонала, наладить работу с банками и планировать ежемесячную выручку.

CRM-система дает возможность бизнесу достаточно быстро реагировать на меняющиеся условия на рынке и оставаться конкурентоспособными. Также малому бизнесу важно интегрировать CRM-систему с социальными сетями. Ведущие отечественные CRM-системы включают в себя все эти функции, а также интеллектуальных помощников и модули управления бизнес-процессами и роботизации.

Основные возможности CRM-системы для малого бизнеса:

1) сокращение механической работы, сокращение трудозатрат, включая и маркетинг, продажи и финансовые операции;

2) «Сбер Бизнес Софт», включенный в CRM-систему, автоматизирует процесс работы с документацией и сделками. После внедрения SberCRM появилась возможность автоматически получать уведомления о сроках оплаты пошлин, готовности договоров, составлять типовые шаблонные документы;

3) повышается эффективность работы персонала: уменьшилось число непредвиденных ошибок и время на выполнение задач. В результате получается заключить намного больше новых сделок.

Внедренная в компании CRM-система оптимизирует временные затраты и ускоряет бизнес-процессы при взаимодействии компании с клиентами. С помощью данной системы решаются проблемы, связанные с ростом бизнеса. При большом увеличении продаж, бизнес-процессы могут принимать неорганизованный характер. Сотрудники компании не успевают структурировать и отслеживать сделки. Внедрение CRM-системы нужно, чтобы упорядочить работу на разных этапах работы с клиентами, освободить трудовые ресурсы и показать, в

каких бизнес-процессах требуются дополнительные ресурсы, оборудование или финансовые вливания.

Еще одна из задач, которую решают с помощью CRM, – эффективное управление ресурсами.

Необходимо отметить, что CRM достаточно хорошо систематизирует базы данных компании. Особенно если в процессе деятельности накапливается большой объем данных, который нужно хранить и анализировать. Это входящие заявки и информация о клиентах, данные по доходам и расходам компании, списки планируемых и выполненных задач, текущие документы и счета, общая база знаний и так далее. Малый бизнес как правило базы данных хранит в таблицах, во внутренних переписках или ежедневниках. Если сотрудник решил покинуть компанию, то получается, что с ним вместе и уходит часть базы данных или иная информация о бизнес-процессах компании. Как раз CRM-система позволяет избежать таких проблем. Так как CRM-система хранит информацию о бизнес-процессах [2].

Важно отметить, что на данный момент существует мобильный доступ к CRM-системе. Это крайне необходимо, особенно компаниям, которые занимаются разъездной работой. Также сейчас в малых компаниях внедряются мобильные версии CRM-системы, чтобы связь с компанией осуществлялась с любых устройств и из любого местоположения.

CRM-система помогает автоматизировать бизнес-процессы, благодаря современным ИТ-решениям уже нескольким десяткам тысяч предпринимателей. CRM-система используются в бизнес-процессах для следующих задач:

- повышение числа сделок. Контроль полного цикла работы с клиентами для упрощения их продвижения по этапам за счет структуризации базы, хранения истории взаимодействия с клиентами, выстраивания процесса продаж и нахождения проблемных мест в нем;
- принятие решений на базе объективных данных. CRM-система позволяет предпринимателю в одном окне отображать всю важную информацию о финан-

сах, текущих статусах сделок, объеме выполненных задач, чтобы планировать выручку и загрузку своей команды;

– улучшение прозрачности работы сотрудников. Система обладает функцией постановки задач сотрудникам со сроками и проверки их текущего положения, а также сравнения ежемесячных итогов у разных членов команды. За счет этого сотрудники ответственнее подходят к работе;

– упрощение документооборота. Единое ведение документации о клиентах и партнерах позволяет хранить важные файлы упорядоченно и быстро находить к ним доступ, а настроенные шаблоны помогают сэкономить время и силы сотрудников.

Предприниматели постоянно оптимизируют бизнес-процессы, стремясь к их эффективности и общего сокращения затрат. В данном ключе цифровая трансформация – стратегический шаг, позволяющий предпринимателям адаптироваться к быстро меняющимся условиям внешней среды.

CRM-системы играют ключевую роль в данном процессе, решая конкретные задачи и обеспечивая достижение поставленных бизнес-целей, а также открывая новые возможности для развития бизнеса.

### *Список литературы*

1. Попова А.И. Инфраструктурный комплекс поддержки предпринимательства / А.И. Попова // Право, экономика и управление: теория и практика: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции (Чебоксары, 2 декабря 2021 года) / гл. ред. Э.В. Фомин. – Чебоксары: Среда, 2021. – С. 148–150. – EDN XXJRQM.

2. Попова А.И. Северо-Западный регион в системе мирохозяйственных связей / А.И. Попова // Интеграция экономики в систему мирохозяйственных связей: сборник научных трудов XVII Международной научно-практической конференции (Санкт-Петербург, 23–25 октября 2012 года). – СПб.: ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», 2012. – С. 100–102. – EDN WDWGQF.

3. Попова А.И. Методы и механизмы управления инновационным потенциалом научно-исследовательской организации: специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; экономика природопользования; экономика предпринимательства; маркетинг; менеджмент; ценнообразование; экономическая безопасность; стандартизация и управление качеством продукции; землеустройство; рекреация и туризм)» : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Попова Алла Ивановна. – СПб., 2009. – 15 с. – EDN NKSOTF.

4. Навигатор по государственным сайтам Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://сррр.ru/> (дата обращения: 04.03.2024).