

СТАТИСТИЧНИЙ МЕТОД ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ CRM-СИСТЕМ

Програмне забезпечення класу CRM (Customer Relationship Management – управління взаєминами із клієнтами) сьогодні – одне з найпопулярніших рішень для бізнесу не тільки в Україні, але і у світі. Оскільки, сьогодні на ринку програмного забезпечення представлений широкий вибір ІТ-рішень для управління різними сферами бізнесу, то особливої актуальності набувають питання зваженого вибору інформаційних систем (ІС) різних класів.

Автор проводить дослідження, що стосуються вибору CRM-систем та оцінювання їх економічної ефективності. Одне з актуальних питань, що постало в ході досліджень – це використання статистичного методу для оцінки економічного ефекту від впровадження CRM-технологій.

Статистичний метод визначає економічний ефект на основі середньогалузевих позитивних результатів від впровадження ІС на підприємствах аналогічної галузі [1]. Орієнтиром щодо впровадження CRM-систем можуть бути такі ефекти [2]: скорочення циклу продажів на 10-15%; підвищення відсотка виграних угод на 5-10%; підвищення показника утримання прибуткових клієнтів на 5%; скорочення часу на виконання рутинних операцій на 25-30%; підвищення середньої прибутковості угод на 15-20%; підвищення точності прогнозування продажів до 99%; зниження витрат на продажі, маркетинг та подальшу підтримку клієнтів на 10-15%; збільшення відсотка перехресних продажів на 5-10%; підвищення ефективності маркетингових кампаній на 5-7%.

При використанні цього методу для оцінювання показників ефективності CRM-системи виникають певні труднощі. Розглянемо ці можливі проблеми та шляхи їх подолання. По-перше, брак інформації про досвід інших компаній ускладнює аналіз розрахованих показників. Наприклад, витративши ряд зусиль і вирахувавши ROI (Return on Investment) на проект впровадження ІС, компанія стикається з тим, що не може проаналізувати цей показник, тому що в кращому разі володіє інформацією лише про досвід західних компаній.

По-друге, значну роль відіграє фактор віддаленості в часі результату більшості впроваджень ІС. Отже, не завжди очевидно, коли очікувати ефект і як розрахувати його після певного періоду. Крім того, аналіз проводиться в умовах вітчизняного бізнесу, який є нестабільним: швидко змінюються люди, алгоритми та методи управління.

По-третє, можливий опір персоналу компанії, якщо співробітники не розуміють важливості і необхідності оцінювання. Для його подолання проводять організаційні заходи, в ході яких переконують персонал в корисності оціночних процедур та впроваджують фінансові стимули.

По-четверте, відсутність єдиного для всіх компаній списку джерел економічного ефекту. Оскільки кожна компанія унікальна і має свої ключові показники продуктивності, то доведеться проводити докладний аналіз її діяльності. Крім того, що для кожної компанії ці показники будуть різними, ступінь їхнього впливу на загальну ефективність буде неоднаковою, отже доведеться проводити додаткові дослідження, щоб встановити їх вагові коефіцієнти. Для вирішення цієї проблеми автор пропонує враховувати такі загальні джерела економічного ефекту від впровадження CRM, що підлягають чисельній оцінці.

1) Збільшення кількості клієнтів, що обслуговуються одним менеджером з продажу та відповідне скорочення витрат на персонал.

2) Скорочення витрат на персонал за рахунок використання більш дешевої робочої сили, оскільки розвинута CRM-система дозволяє знизити вимоги до кваліфікації персоналу.

3) Зниження показника втрат клієнтів, а отже і суми збитків компанії.

4) Можливість виявлення та відсікання так званих «холодних» клієнтів, а отже зменшення витрат на роботу з ними.

5) Збільшення кількості повторних звернень клієнтів, а отже і вторинних продажів.

Крім того, існує значна кількість джерел економічного ефекту, які неможливо оцінити чисельно з достатньою точністю. Такі показники рекомендується виключати із розгляду, щоб не завищувати показник економічного ефекту.

Зрозуміло, що такі розрахунки носять орієнтовний характер, тому при оцінюванні великих та дорогих систем статистичний метод може використовуватися лише на початковому етапі.

Список літератури

1. Галкин Г. Методы определения экономического эффекта от ИТ-проекта. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.iemag.ru/master-class/detail.php?ID=15720>.

2. Центр выбора технологий и поставщиков TADVISER [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.tadviser.ru>.