

## CRM-СИСТЕМА КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И АВТОМАТИЗАЦИИ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИИ

К.О. Голосовская (федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург)

Научный руководитель – А.А. Романов (федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург)

Коммерческие предприятия, в зависимости от вида своей деятельности, выполняют работу с различным количеством клиентов. Одной из самых важных задач маркетинга является определение потребностей клиента и формирование предложения. Инструменты, которые начали появиться за последние 25 лет, позволяют качественно и быстро анализировать накопленные данные по поведению клиента, строить модели продаж и формировать для клиентов уникальное предложение и сервис. Чтобы оставаться конкурентно-способными компаниям необходимо использовать системы, позволяющие автоматизировать маркетинг и взаимодействие с клиентами.

Петербургская обувная компания «Burgerschuhe» — крупнейший производитель комфортной обуви в Санкт-Петербурге и на Северо-Западе России. Компания производит в Петербурге обувь под своей маркой с 2001 года. Основной задачей компании является осуществление сделок по продаже продукции. Кроме того, в компании ведется анализ эффективности бизнес-процессов. Каждый магазин ведет соответствующую отчетность. основным недостатком предприятия является отсутствие поэтапного контроля за взаимодействием с клиентом от момента поступления звонка/заказа до момента составления соответствующей отчетной документации. Разрабатываемый продукт как раз направлен на решение проблемы отсутствия поэтапного отслеживания взаимодействия с клиентом, а также потери возможных клиентов путем осуществления фиксации звонков, автоматизации контроля за этапами совершаемых сделок и ведения документации в компании. Кроме того, разрабатываемая система позволит решить проблемы отсутствия взаимодействия с клиентом посредством регулярных напоминаний, предоставит возможность работы с единой клиентской базой.

**Целью проекта** является разработка CRM-системы (Customer Relationship Management) — системы управления взаимоотношениями с клиентами для Петербургской обувной компании «Burgerschuhe». В рамках работы использована методология графического структурного анализа бизнес-процессов предприятия в виде диаграммы потоков данных в нотации DFD (Data Flow Diagram).

**Разрабатываемая система** управления взаимоотношениями с клиентами включает в себя следующие модули:

1. Модуль работы с группами пользователей.
2. Модуль работы с пользователями системы.
3. Модуль авторизации пользователя.

4. Модуль-справочник «Типы контрагентов».
5. Модуль-справочник «Шаблоны проектов».
6. Модуль контрагентов.
7. Модуль текущих планов.
8. Модуль поставленных задач.
9. Модуль шаблонов писем.

База данных CRM-системы содержит набор таблиц, содержащих информацию о пользователях системы, справочниках, контрагентах, проектах и их этапах, вопросах и комментариях.

**Выводы.** Разрабатываемый программный продукт предоставляет возможность работы с электронными записями о клиентах компании и их сотрудниках, добавлять задачи и проекты, вести поэтапную работу с учетом затраченного времени, выводить отчеты, используя представленные шаблоны, просматривать последнюю активность пользователей.

В докладе представлены результаты проектирования и техническое описание модели.

Голосовская К.О.

\_\_\_\_\_

Научный руководитель, преподаватель Романов А.А.

\_\_\_\_\_

ВРИО директора факультета СПО, Ошурок Э.Э.:

\_\_\_\_\_