

## **ВЫБОР РЕШЕНИЯ ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ НА ПРИМЕРЕ “АМОCRM”**

Д.Ю. Тимоненков (Университет ИТМО, г. Санкт-Петербург)

Научный руководитель – доцент, Н.А. Осипов (Университет ИТМО, г. Санкт-Петербург)

Владельцам бизнеса для успешного развития своего дела необходимо использовать аналитику по продажам своих продуктов, взаимодействовать с клиентами, контролировать работу своих менеджеров. Для этих задач используются различные CRM-системы (от англ. Customer Relationship Management – система управления взаимоотношениями с клиентами). CRM-системы бывают как узконаправленные, так и универсальные с возможностью настройки системы под бизнес. Однако универсальные CRM-системы не всегда могут дать владельцу необходимую аналитику или не могут предоставить наглядное отображение данных, например, в “amoCRM” есть возможность фильтровать закрытые сделки по причинам отказов, но нет возможности увидеть сводную таблицу по отказам. Получается, что необходимая информация есть, но удобного его отображения нет. Данная проблема решается созданием отдельной панели аналитики, которая зачастую реализуется вне CRM-системы по различным причинам, например, простота разработки панели (не требуется писать html-код для модулей внутри CRM-системы) или более удобный интерфейс.

В данной работе будет рассмотрен выбор решения для проектирования системы аналитической отчетности на примере “amoCRM”. Компания-заказчик занимается продажей элитной недвижимости. В качестве CRM-системы используется “amoCRM”. Было выявлено 17 показателей, необходимых для отображения в аналитике. Три показателя отражают суммы сделок и комиссий, шесть показателей – количество сделок, прошедших определенный этап, четыре этапа показывают конверсии, три показателя дают информацию о средних значениях чеков по комиссиям и сделкам, один показатель информирует о проценте отказных сделок.

Есть несколько особенностей в используемой CRM-системе, которые не позволяют заказчику просматривать необходимые отчеты. Инструменты “amoCRM” предлагают аналитику только по датам закрытия и создания лидов, поэтому стандартными средствами невозможно увидеть аналитику по прошедшим какой-либо этап воронки лидам в указанный период.

Вторая особенность заключается в том, что “amoCRM” не имеет инструментов для подсчета средних значений по каким-либо параметрам и инструментов для расчетов отношений, определенных пользователем, например, отношение сделок к количеству квалифицированных лидов. Поэтому просматривать кастомные конверсии в “amoCRM” нельзя.

Третья особенность проявляется при увольнении сотрудника. При удалении пользователя из “amoCRM” администратору предлагается привязать сущности на другого пользователя – логика CRM-системы такова, что у каждой сущности обязательно должен быть один ответственный. При смене ответственного все лиды и сделки закрепляются за другим пользователем, тем самым делая аналитику некорректной, так как новый ответственный не работал с данными сущностями.

Поскольку используемая заказчиком CRM-система не позволяет просматривать необходимую аналитику, было принято решение реализовать нужные функции с помощью программных доработок системы. Готовых решений в открытом доступе нет, поэтому заказчику было предложено два варианта дальнейшей работы: реализовать расширенную панель аналитики внутри “amoCRM” путем создания виджета, либо же использовать готовые визуализаторы данных.

Были выявлены плюсы и минусы обоих вариантов. К плюсам виджета было отнесено то, что не надо платить за сторонний сервис, а панель аналитики будет находиться внутри

CRM-системы. К минусам были отнесены высокая стоимость и долгие сроки разработки, а также вероятность прекращения работы виджета в случае изменения интерфейса CRM-системы. Плюсами визуализатора данных было то, что сервис уже реализован (не надо платить за его разработку и ждать окончания работ), изменение интерфейса CRM-системы не заденет визуализатор. К минусам было отнесено то, что для просмотра аналитики необходимо использовать сторонний сервис и платить за него, а в случае изменения политики визуализатора может наступить невозможность его использования (например, отсутствие поддержки работы сервиса в России).

Окончательное решение о пути доработки принимает заказчик. Для заказчика были важны короткие сроки разработки и невысокая стоимость доработки, поэтому было принято решение использовать сторонний сервис для визуализации данных.

Автор Тимоненков Д.Ю. \_\_\_\_\_

Научный руководитель – доцент, Н.А. Осипов \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой Программных систем, к.т.н., доцент Т.В. Зудилова \_\_\_\_\_