Георгий Димитриади

Информационные технологии для малого и среднего бизнеса



Георгий Димитриади

Информационные технологии для малого и среднего бизнеса

https://litres.ru/74802097
SelfPub; 2026

Аннотация

Это пошаговое руководство для собственников малого и среднего бизнеса, которые тонут в операционном хаосе. Если вы устали от потерянных в Excel клиентов, бесконечных вопросов "где мой заказ?" и отсутствия понимания реальной прибыли - эта книга для вас.

Вы узнаете, как внедрить информационные технологии без покупки дорогих серверов и штата программистов, как превратить ИТ из статьи расходов в инструмент масштабирования.

В книге только практика:

Алгоритм внедрения: с чего начать, чтобы не потратить деньги впустую.

Живые кейсы: как региональная пекарня сэкономила на логистике, а оптовый склад высвободил 15 млн. руб. из "замороженных" остатков.

Работа с людьми: как преодолеть сопротивление сотрудников и заставить их работать в новых системах.

Контроль: как видеть реальное положение дел в компании через прозрачные дашборды, а не отчеты, собранные через месяц.

Это инструкция по превращению бизнеса в прозрачную, управляемую и прибыльную машину, которая работает, даже когда вы в отпуске.

Содержание

Часть 1. Фундамент: что такое ИТ и зачем они бизнесу 5
Глава 1. Иллюзия "просто компьютеров": что информационные технологии на самом деле делают для вашего бизнеса 5
Глава 2. Карта информационных технологий: из чего на самом деле состоит ИТ-ландшафт вашей компании 11
Глава 3. Сценарии использования: от тушения пожаров к управляемому росту 18
Часть 2. Анатомия программного обеспечения в организации 25
Глава 4. Операционный контур: CRM как цифровая память вашего бизнеса 25
Конец ознакомительного фрагмента. 30

Георгий Димитриади
Информационные технологии для малого и среднего бизнеса

Часть 1. Фундамент: что такое ИТ и зачем они бизнесу

Глава 1. Иллюзия "просто компьютеров": что информационные технологии на самом деле делают для вашего бизнеса

Представьте себе руководителя небольшой производственной компании. У него в штате 50 человек, отличные станки, качественный продукт и стабильные заказы. Но каждый день он сталкивается с одним и тем же хаосом: менеджер по продажам не может найти телефон ключевого клиента, потому что он записан в блокноте, который остался дома.

Бухгалтерия сдает отчеты в налоговую в последний момент, потому что первичные документы от склада едут два дня. Склад присылает Excel-файл с остатками, но в нем данные на вчерашнее утро, а машина с товаром уже ушла. Сам руководитель до конца месяца не понимает, заработала компания в этом месяце или ушла в минус, потому что реальная картина поступлений и расходов собирается вручную три недели.

В этой ситуации первая мысль - "нам нужны новые компьютеры" или "нужно нанять системного администратора". Это и есть главная ловушка, в которую попадают 9 из 10 руководителей малого и среднего бизнеса. Мы путаем причину и следствие, инструмент и цель.

ИТ - это не техника. Это способ обработки информации

Компьютер, сервер или дорогой смартфон - это всего лишь "железо", кусок пластика и кремния. Сами по себе они не приносят денег. Информационные технологии начинаются там, где появляется **информация**, которую нужно **передать, сохранить, обработать и превратить в решение** .

Ваша компания - это не станки и не офисные кресла. Ваша компания - это непрерывный поток информации:

Заявка от клиента информация.

Ответ менеджера информация.

Заказ на производство информация.

Данные о закупке сырья информация.

Отчет о выработке рабочего информация.

Счет на оплату информация.

Если этот поток течет медленно, теряется на поворотах или искажается - компания теряет деньги. Информационные технологии - это трубы, насосы и фильтры для этого потока. Их задача - сделать так, чтобы информация попадала к нужному человеку в нужное время в неискаженном виде.

Триада успеха: Люди, Процессы, Технологии

Самая дорогая и самая частая ошибка при внедрении ИТ - начать с технологий. Купить мощную CRM-систему, не понимая, как менеджер должен общаться с клиентом. Внедрить сложную бухгалтерскую программу, не наладив процесс сдачи документов со склада.

Любая ИТ-система стоит на трех опорах:

Люди: понимают ли они, зачем это нужно? Обучены ли они? Готовы ли они менять привычки?

Процессы: описано ли, *что* именно мы делаем? Кто кому передает задачу? В какой момент данные считаются верными?

Технологии: какой инструмент лучше всего автоматизирует этот уже понятный и отлаженный процесс?

Сначала вы рисуете на бумаге, как заявка превращается в деньги. И только потом выбираете программу, которая будет это рисовать автоматически. Попытка внедрить ИТ без прописанных процессов - это как попытка проложить рельсы, не зная, откуда и куда должен ехать поезд.

Для чего на самом деле нужны ИТ: четыре главные

цели

Забудьте на время про "цифровизацию" и "облака". ИТ нужны собственнику и директору для решения четырех конкретных бизнес-задач.

1. Снижение издержек (Экономия)

Это самый понятный аргумент.

Пример: раньше для согласования договора документ печатали в 5 экземплярах и носили по кабинетам. Это 20 минут времени секретаря и 10 минут времени каждого руководителя. Итого - час работы трех высокооплачиваемых сотрудников на один договор. Внедрение простой системы электронного согласования сокращает это до 5 минут. 10 договоров в день - и вы экономите десятки человеко-часов в месяц. Это конкретные деньги в фонде оплаты труда.

2. Масштабирование без хаоса (Рост)

Это главная боль растущего бизнеса. Когда у вас 5 клиентов, вы помните их дни рождения. Когда их 500 - вы не помните даже имен закупщиков. ИТ позволяют вам обслуживать в 10 раз больше клиентов тем же штатом сотрудников. Система берет на себя рутину: напоминания, типовые письма, формирование счетов, контроль остатков. Вы растете не за счет найма новых "бегунков" с бумажками, а за счет эффективности.

3. Скорость реакции на рынок (Конкурентное преимущество)

Рынок меняется быстро. Поставщик поднял цены, конку-

рент запустил акцию, вышел новый закон.

Сценарий: в компании без ИТ об изменении цен поставщика узнают, когда приходит следующая накладная и выясняется, что маржа упала. В компании с ИТ менеджер по закупкам получает уведомление в ту же секунду, как прайслист обновился на сайте поставщика. Руководитель видит прогноз изменения себестоимости еще до того, как первая машина с дорогим товаром выехала со склада. Вы принимаете решение (поднять свои цены, сменить поставщика) на неделю раньше конкурента.

4. Прозрачность для собственника (Контроль)

Это, пожалуй, самое важное. ИТ - это ваши "глаза". Вы больше не зависите от субъективного отчета заместителя, который хочет показать себя в лучшем свете. Вы открываете ноутбук и видите:

реальную воронку продаж, а не "у нас все хорошо";

дебиторскую задолженность в разрезе каждого клиента;

выработку каждого цеха или сотрудника;

на что именно ушли деньги со счета компании на этой неделе.

ИТ не заменяют управленца, но они дают ему объективную картину, на основе которой можно принимать решения, а не гадать.

Миф о затратах: считаем ROI на салфетке

"Внедрение ИТ - это дорого", - говорят руководители. Давайте посчитаем. Предположим, внедрение CRM-системы и

базовое обучение для отдела из 10 человек стоит 300 000 рублей (разово) плюс 15 000 рублей в месяц (подписка). Кажется, что это дыра в бюджете.

А теперь посмотрим на "до":

Менеджеры тратят в среднем 30 минут в день на поиск информации о клиенте, истории звонков и прошлых договоренностях.

10 человек × 0,5 часа = 5 человеко-часов в день.

В месяц (22 рабочих дня) это 110 часов.

При средней зарплате менеджера в 70 000 рублей (около 400 рублей в час) компания ежемесячно сжигает 44 000 рублей просто на то, что люди ищут информацию.

После внедрения CRM поиск занимает 2 минуты. Экономия - около 40 000 рублей в месяц только на одном этом действии. CRM окупится по этому пункту за 8 месяцев. А ведь она еще предотвращает потерю забытых клиентов (еще 5–10% выручки) и ускоряет выставление счетов.

ИТ - это не затраты. Это покупка станка, который печатает время и снижает потери. Разница лишь в том, что этот станок работает с информацией.

В следующей главе мы перейдем от философии к практике и разберем, из каких именно "кирпичиков" строятся информационные технологии в организации, чтобы вы могли составить карту того, что уже есть у вас, а чего не хватает.

Глава 2. Карта информационных технологий: из чего на самом деле состоит ИТ-ландшафт вашей компании

Если в первой главе мы договорились, что ИТ - это не просто "компьютеры", а способ управления потоком информации, то теперь нам нужно разобраться, из каких деталей собран этот "трубопровод". Руководителю не обязательно знать, как устроен процессор, но он обязан понимать, какие блоки существуют, за что они отвечают и где находятся слабые места.

Все информационные технологии в организации можно разделить на пять крупных слоев. Представьте это как слоеный пирог: если убрать один из нижних слоев, верхние просто упадут.

Слой 1. Фундамент: Аппаратное обеспечение (Hardware)

Это то, что можно потрогать руками. Физические объекты, которые хранят и передают данные.

Рабочие станции: ноутбуки и компьютеры сотрудников. Главное правило здесь - стандартизация. Если в компании 20 компьютеров, на них должно быть 20 одинаковых (или близ-

ких) моделей с одинаковой операционной системой. Разношерстный "зоопарк" из домашних ПК, купленных в разное время, - это главный пожиратель времени системного администратора и источник сбоев.

Серверное оборудование: мощный компьютер (или несколько), который стоит в шкафу или в дата-центре. Он нужен не всем. Если вы используете облачные сервисы (почта в Яндексе или VK WorkSpace, облачная 1С), свой сервер вам может быть не нужен. Но если у вас тяжелая внутренняя база данных или специфическое производство, без локального сервера не обойтись.

Сетевое оборудование: роутеры, коммутаторы (свитчи), Wi-Fi-точки доступа. Это "дороги", по которым ездит информация. Экономия на дешевом офисном роутере для 50 человек приведет к тому, что "тормозит всё", хотя компьютеры мощные.

Периферия и мобильные устройства: принтеры, сканеры, смартфоны и планшеты руководителей и торговых представителей.

Рекомендация для руководителя: заведите простую таблицу учета "железа". Кто какой ноутбук получил, когда он куплен, когда заканчивается гарантия. Это избавит вас от ситуации, когда ключевой менеджер не может работать, потому что его единственный ноутбук сгорел, а денег на новый в бюджете нет.

Слой 2. Двигатель: Системное программное обеспе-

чение (System Software)

Это программы, которые управляют "железом" и позволяют работать прикладным программам. Вы с ними напрямую почти не взаимодействуете, но без них ничего не поедет.

Операционные системы (ОС): Windows, Linux, macOS. Важно следить за их актуальностью. Использование Windows 7 или 8 в 2025 году - это не экономия, а дыра в безопасности размером с ворота. Современные ОС лучше защищены и лучше управляются удаленно.

Системы виртуализации: технология, которая позволяет на одном мощном физическом сервере запустить несколько виртуальных "компьютеров" (серверов). Это нужно для компаний, у которых больше 2–3 локальных серверов. Это экономит место, электричество и упрощает резервное копирование.

Слой 3. Инструменты: Прикладное программное обеспечение (Application Software)

Это то, с чем работают ваши сотрудники каждый день. Именно здесь кроется основная эффективность бизнеса. Разделим его на функциональные блоки:

Офисный пакет: инструменты для создания документов, таблиц и презентаций. Сегодня стандарт - это российские облачные решения (например, "Р7-Офис", "МойОфис") или сервисы крупных ИТ-компаний (VK WorkSpace, Яндекс 360). Плюсов два: работа из браузера с любого устройства и юридическая чистота лицензий.

Учетные системы (Бухгалтерия и финансы): в России это, как правило, экосистема 1С. Важно понимать разницу:

1С:Бухгалтерия - для отчета перед государством.

1С:Управление торговлей или *ERP* - для управления бизнесом (остатки, закупки, продажи). Не пытайтесь вести управленческий учет в "Бухгалтерии" - это все равно что измерять скорость автомобиля по количеству сожженного бензина.

Операционные системы (CRM, ERP, специализированные):

CRM (Customer Relationship Management): система управления отношениями с клиентами. Это память вашей компании. Все звонки, письма, встречи, суммы сделок.

WMS (Warehouse Management System): система управления складом. Говорит кладовщику, куда положить товар и откуда его взять.

Специализированное ПО: программы для проектирования (CAD), для юристов (системы правовой информации), для медицины, для ресторанов.

Коммуникационное ПО:

Корпоративная почта: не ivanov@gmail.com, а ivanov@vashakompaniya.ru. Это вопрос имиджа и контроля. Если сотрудник уволится и заберет с собой личную почту с базой клиентов - это ваша проблема.

Мессенджеры и ВКС: Telegram (с разделением на рабо-

чие и личные чаты), системы видеоконференций (TrueConf, Яндекс Телемост, VK Звонки).

Слой 4. Коммунальные услуги: Инфраструктурные сервисы

Это невидимые, но критически важные сервисы, которые вы обычно арендуете.

Доступ в Интернет: для современного офиса нужен не просто "интернет", а два независимых канала от разных провайдеров. Один основной, второй - резервный. Остановка интернета в отделе продаж на 4 часа может стоить вам месячной прибыли.

Облачные хранилища: место, где лежат общие файлы компании. Никаких "скинь мне на флешку" или "я оставил файл на домашнем компе". Все рабочие документы - в облаке с разграничением прав.

IP-телефония: виртуальная АТС. Она позволяет записывать разговоры, видеть пропущенные, подключать мобильные номера менеджеров к офисной сети и понимать, какая реклама приносит звонки.

Слой 5. Оборона: Информационная безопасность

Этот слой пронизывает все предыдущие. В малом бизнесе о нем часто забывают, пока не случается беда.

Резервное копирование (Backup): правило 3-2-1. 3 копии данных, на 2 разных носителях, 1 копия - в другом здании (или в облаке). Если бухгалтер случайно удалит базу 1С за год, бизнес может закрыться. Резервная копия - это стра-

ховка.

Антивирусы и защита конечных точек: на каждом компьютере и сервере. Вирусы-шифровальщики до сих пор остаются главной угрозой для российского малого бизнеса.

Файрвол (Межсетевой экран): устройство или программа, которая охраняет вход в вашу сеть из интернета.

Разграничение прав доступа: менеджер по продажам не должен иметь доступа к зарплатной ведомости, а стажер - к папке с финансовыми планами компании. Принцип: "дай сотруднику ровно столько прав, сколько нужно для работы, и ни битом больше".

Двухфакторная аутентификация (2FA): вход в почту или банк-клиент не только по паролю, но и по коду из СМС или приложения. Это на 99% защищает от кражи пароля.

Как это выглядит на практике: карта ИТ небольшой компании (20–30 человек)

Железо: 25 ноутбуков одной модели, 1 сетевой МФУ (принтер+сканер) в коридоре, Wi-Fi роутер промышленного класса (а не домашний из магазина электроники), интернет от двух провайдеров.

Система: Windows 11 Pro (позволяет удаленно управлять компьютерами), антивирус для бизнеса.

Прикладное ПО:

Почта и документы: облачный пакет (например, VK WorkSpace).

Учет и склад: 1С:Управление торговлей (базовая версия

в облаке).

Клиенты: простая CRM, интегрированная с 1С и почтой.

Задачи: облачный таск-трекер (например, Kaiten или Планфикс).

Общение: Telegram (рабочие группы).

Безопасность: ежедневное автоматическое копирование базы 1С в облако, запрет на установку программ без админа, сложные пароли и 2FA на почте.

В этой схеме нет ничего космического. Это стандартный, надежный и относительно недорогой набор, который закрывает 90% потребностей растущего бизнеса.

В следующей главе мы перейдем от перечисления инструментов к реальным сценариям: как именно эти программы спасают деньги, ускоряют работу и помогают вам, как руководителю, наконец-то поехать в отпуск, не держа руку на пульсе 24 часа в сутки.

Глава 3. Сценарии использования: от тушения пожаров к управляемому росту

В предыдущей главе мы разобрали "кирпичики" - из чего состоит ИТ-инфраструктура. Теперь возникает закономерный вопрос: как сложить эти кирпичики так, чтобы здание стояло ровно и выполняло свою функцию?

Самая частая ошибка руководителя - покупать ИТ-решения по отдельности, реагируя на сиюминутную боль. "Тормозит интернет - купим роутер подороже", "Потеряли клиента - купим CRM", "Завал на складе - купим программу для склада". В итоге получается лоскутное одеяло: программы не связаны друг с другом, данные приходится переносить вручную, а общая картина так и не появляется.

ИТ начинают приносить деньги только тогда, когда они решают конкретную бизнес-проблему, проходящую через всю компанию. Рассмотрим четыре классических сценария, с которыми сталкивается почти каждый малый и средний бизнес в России.

Сценарий 1: "Наведение порядка" (Борьба с хаосом)

Симптомы:

Версии одного и того же договора называются "До-

говор_финал", "Договор_финал_2", "Договор_финал_ИСПРАВЛЕННЫЙ".

Важные письма лежат в личной почте уволившегося сотрудника.

Чтобы узнать статус задачи, нужно встать и подойти к коллеге.

Общие файлы хранятся на компьютере "самого главного", который сейчас на объекте и не берет трубку.

ИТ-решение: Это базовый уровень гигиены. Вам не нужны нейросети, вам нужны три вещи:

Единое файловое хранилище (облачное: Яндекс Диск, VK WorkDisk или локальный NAS-сервер). Правило: "Если файла нет в общей папке, его не существует". Настройка прав доступа (отдел кадров видит только свои папки, бухгалтерия - свои).

Корпоративный портал или база знаний (например, Битрикс24 в базовой части, Kaiten или даже структурированные папки в Notion/аналогах). Место, где лежит информация: "Как мы оформляем отпуск", "Инструкция по работе с новым станком", "Контакты всех поставщиков".

Таск-трекер (система управления задачами). Простая доска, где видно: кто, что и к какому сроку делает. Это убивает вопрос "Ну что там по заказу 123?".

Результат: время на поиск информации сокращается в разы. Новые сотрудники выходят на рабочую скорость не за месяц, а за неделю. Собственник может уехать на неделю,

и процессы не встанут, потому что информация не живет у него в голове или в его ноутбуке.

Сценарий 2: "Удержание клиентов" (Битва за выручку)

Симптомы:

Менеджеры обещают перезвонить и забывают.

Клиент звонит, а менеджер не в курсе, что ему обещал коллега из прошлой смены.

Вы не понимаете, на каком этапе отваливается больше всего покупателей.

База клиентов - это Excel-таблица, скопированная на пять флешек.

ИТ-решение: CRM-система (Customer Relationship Management). Это цифровая память вашего отдела продаж.

Как это работает: каждый входящий звонок, письмо или заявка с сайта автоматически превращается в "карточку сделки". CRM ведет менеджера по воронке: "Новый контакт" "Переговоры" "Выставлен счет" "Оплачено".

Сценарий использования: менеджер открывает CRM утром и видит список задач: "Перезвонить Петрову в 10:00", "Отправить КП Сидорову". Система сама напомнит. Если менеджер уволится, вся история общения с его клиентами останется в компании. Руководитель видит отчет: сколько звонков сделал каждый, какая конверсия из заявки в продажу, на какую сумму выставлено счетов сегодня.

Результат: вы перестаете терять деньги на ровном месте

из-за забывчивости. Продажи становятся прогнозируемыми. Вы видите "узкое горлышко" (например, клиенты уходят после получения счета) и можете его исправить.

Сценарий 3: "Прозрачные финансы" (Контроль над деньгами)

Симптомы:

Выручка по кассе есть, а денег на расчетном счету нет. Куда делись - непонятно.

Управленческий отчет (P&L - прибыль и убытки) готовится бухгалтером три недели после окончания месяца. Когда он готов, принимать решения уже поздно.

Вы не знаете, кто из клиентов вам должен и сколько именно (дебиторская задолженность).

ИТ-решение: связка "Банк + Управленческий учет".

Прямая интеграция с банком: все выписки автоматически загружаются в вашу учетную систему (например, 1С или специализированные сервисы управленческого учета типа "Финтабло" для малого бизнеса). Бухгалтеру не нужно вбивать данные руками.

Платежный календарь: инструмент, который показывает, какие обязательные платежи (аренда, зарплата, налоги) предстоят на следующей неделе и хватит ли на них денег с учетом ожидаемых поступлений от клиентов.

Отчеты в реальном времени: дашборд (графическая панель), который открывается на планшете или телефоне.

Там три главных графика: деньги в кассе и на счетах, долги нам, долги наши.

Результат: вы принимаете решение о крупной закупке или найме нового сотрудника, глядя на актуальные цифры, а не на ощущения. Вы вовремя замечаете, что крупный клиент задерживает оплату, и успеваете с ним договориться до кассового разрыва.

Сценарий 4: "Масштабирование" (Рост без потери управления)

Симптомы:

Вы открываете второй офис или склад в другом городе, и управлять им дистанционно невозможно. "Там всё делают не так".

Удаленные сотрудники или выездные бригады выпадают из рабочего процесса.

Новых людей приходится обучать "из уст в уста", передавая им папки с распечатками.

ИТ-решение: стандартизация и облака.

Облачная инфраструктура: переезд ключевых систем (1С, CRM, файлов) в облако. Тогда сотруднику в филиале в Рязани и сотруднику в головном офисе в Москве нужен только интернет и ноутбук. Все работают в одной базе данных.

IP-телефония с единым номером: клиент звонит на один городской номер, а звонок переадресовывается туда, кто свободен - хоть в офис, хоть на мобильный менеджера в машине.

Стандартные операционные процедуры (СОП) в цифре: видеоинструкции, записи экранов, регламенты, загруженные в базу знаний. Новый кладовщик смотрит 15-минутное видео "Как принять товар" и на следующий день работает по стандарту.

Результат: бизнес перестает зависеть от конкретных личностей и географии. Вы можете тиражировать успешную модель. Качество сервиса в филиале становится таким же, как в головном офисе.

Как выбрать свой сценарий

Не пытайтесь внедрить всё и сразу. Это верный путь к провалу и сопротивлению коллектива.

Задайте себе вопрос: "Что болит сильнее всего прямо сейчас?"

Если вы теряете деньги из-за бардака в продажах - начинайте с **CRM**.

Если вы не понимаете, доживет ли компания до конца месяца с текущим остатком на счете - начинайте с **финансового учета**.

Если сотрудники тратят полдня на выяснение, кто что делает - начинайте с **таск-трекера и файлового хранилища**.

Если вы физически не можете контролировать новые точки - начинайте с **облаков и телефонии**.

Выберите один сценарий. Внедрите его. Дождитесь, пока он станет привычкой. Измерьте результат в деньгах или

часах. И только потом беритесь за следующий. ИТ - это не спринт, где нужно разом автоматизировать всё. Это марафон по постепенному повышению эффективности вашего бизнеса.

В следующей главе мы спустимся на уровень глубже и подробно разберем главного помощника в операционной деятельности российского бизнеса - программное обеспечение для учета и управления, а также дадим рекомендации, как не утонуть в его возможностях.

Часть 2. Анатомия программного обеспечения в организации

Глава 4. Операционный контур: CRM как цифровая память вашего бизнеса

Если в предыдущей главе мы определили сценарии использования ИТ, то теперь пришло время разобрать первый и самый важный инструмент для большинства компаний, работающих на рынке B2B или B2C. Это CRM-система - Customer Relationship Management, или управление отношениями с клиентами.

Для многих российских предпринимателей CRM до сих пор звучит как что-то сложное, дорогое и нужное только крупным корпорациям с тысячами менеджеров. На самом деле, CRM - это просто цифровая картотека, которая работает по правилам, установленным вами. Это внешняя память для вашего отдела продаж, которая ничего не забывает, не болеет и не уходит к конкурентам.

Что такое CRM на пальцах

Представьте стол вашего лучшего менеджера по продажам. На нем лежат: ежедневник с неразборчивыми записями, стопка визиток, стикеры на мониторе, распечатанный

Excel-файл "Клиенты" и три открытых окна в почте. Это и есть его персональная CRM. Проблема в том, что этой памятью владеет только он. Если он заболеет, уволится или просто уйдет в отпуск на две недели, работа с его клиентами парализуется.

CRM-система - это когда вы берете весь этот хаос со стола и переносите в единую программу, доступную (с определенными правами) всей компании.

Главный принцип CRM: "Всё, что не записано в системе, не существует". Позвонил клиенту, но не занес результат звонка в CRM - звонка не было. Договорился о встрече, но не создал событие - договоренности нет.

Анатомия CRM: из чего она состоит

В своей основе любая CRM, от самой простой до сложной, оперирует тремя сущностями:

Контакты и Компании. Это ваша база. Иван Петров (Контакт) работает в ООО "СтройИнвест" (Компания). У них есть общие телефоны, адреса, история взаимодействия. Больше никаких "кажется, я его телефон записывал на салфетке".

Сделка (Сделка/Заказ). Это процесс продажи денег. У сделки есть сумма, статус (этап) и история. Например: "Сделка: Поставка кирпича для ЖК "Восточный"". Сумма: 500 000 руб. Статус: "Переговоры". История: "10.09 - звонок, клиент думает; 12.09 - выслали прайс".

Задача. Это конкретное действие. "Позвонить Ивану

Петрову 15.09 в 11:00", "Подготовить договор до конца дня". Задача всегда привязана либо к Контакту, либо к Сделке.

Как это работает в жизни: сквозной пример

Рассмотрим типичный день менеджера в компании без CRM и с CRM.

Без CRM:

Приходит письмо от нового клиента с запросом цены. Менеджер сохраняет вложение на рабочий стол.

Считает цену в Excel, пишет ответ. Копию письма отправляет себе на личную почту, чтобы "не потерялось".

Клиент звонит с уточнениями. Менеджер записывает детали в ежедневник.

Через три дня менеджер вспоминает про клиента. Ищет письмо в отправленных, ищет расчет в папке "Мои документы", находит ежедневник под стопкой бумаг. Клиент уже купил у конкурента.

С CRM:

Приходит письмо. CRM автоматически находит адрес в базе (или создает нового клиента) и предлагает создать Сделку.

Менеджер нажимает кнопку "Создать сделку". Система сама подставляет данные клиента.

Менеджер делает расчет прямо в карточке сделки (или прикрепляет файл). Вся переписка с этого адреса сохраняется в карточке автоматически.

Клиент звонит. Менеджер принимает звонок через IP-те-

лефонию. CRM узнает номер, открывает карточку клиента. Менеджер жмет кнопку "Записать", и разговор сохраняется в системе.

После звонка менеджер передвигает сделку на этап "Ожидание ответа" и ставит себе задачу "Позвонить через 2 дня". В нужный день и час система сама пришлет уведомление на почту и всплывающее окно на экране.

Зачем CRM руководителю: от микроменеджмента к управлению

Для собственника или директора по продажам CRM - это не записная книжка, а приборная панель автомобиля.

Воронка продаж. Это главный отчет. Вы видите, сколько сделок находится на этапе "Первичный контакт" (например, 100), сколько перешло в "КП отправлено" (50), сколько в "Согласование договора" (10) и сколько в "Финальная оплата" (2).

Что это дает: вы видите конверсию. Если из 100 контактов до оплаты доходят только 2%, значит, проблема либо в качестве заявок, либо в работе менеджеров. Без CRM вы узнаете об этом, когда денег на зарплату уже не хватит.

Дашборд (графики). Вы видите общую сумму выставленных счетов за сегодня, за неделю, за месяц. Вы видите план-факт выполнения личного плана каждым менеджером. Не нужно обходить кабинеты и спрашивать "Ну как дела?". Вы открываете ноутбук и видите цифры.

История отношений. Перед тем как ехать на важные пе-

реговоры, вы открываете карточку клиента и видите всю историю за 5 лет: что покупали, на что жаловались, о чем просили. Вы приходите подготовленным.

Рекомендации по внедрению: как не превратить CRM в цифровое кладбище

Купить CRM - это 10% успеха. Остальные 90% - это заставить людей в ней работать.

Начните с воронки. Прежде чем заводить аккаунт, возьмите лист бумаги и нарисуйте путь вашего клиента. Не этапы, которые *вы*

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.