



УДК 658.81:004

Поступила 13.04.2015

СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ (CRM-СИСТЕМЫ) В МЕТАЛЛУРГИИ

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEM (CRM SYSTEMS) IN METALLURGY

Д. В. АКУШКО, ОАО «Белорусский металлургический завод – управляющая компания холдинга «БМК», г. Жлобин, Беларусь

D. V. AKUSHKO, JSC «BSW – Management Company of Holding «BMC», Zhlobin city, Belarus

Настоящая статья раскрывает предпосылки для внедрения и эксплуатации CRM-систем на металлургических предприятиях, а также демонстрирует специфические особенности CRM-систем для металлургической отрасли.

The present article describes prerequisites for introduction and operation of CRM systems at the metallurgical enterprises, and also shows specific features of CRM systems for metallurgical branch.

Ключевые слова. CRM-система, сбыт, маркетинг, клиентская база, ERP-система (планирование ресурсов предприятия).

Keywords. CRM (Customer Relationship Management System), sale, marketing, client base, ERP (Enterprise resource planning) system.

Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-системы) – относительно новое направление в области автоматизации бизнес-процессов предприятия. Системы данного класса предоставляют широкие возможности по управлению взаимоотношениями с текущими и будущими клиентами, а также технологии по автоматизации и координации процессов сбыта, маркетинга, послепродажного обслуживания, технической поддержки и обработки рекламаций.

До последнего времени системы данного класса активно использовались лишь малым и средним бизнесом, однако резкое ухудшение сбытовой конъюнктуры в металлургической отрасли заставило многие предприятия пересмотреть свой подход в области сбыта и маркетинга в пользу применения CRM-систем.

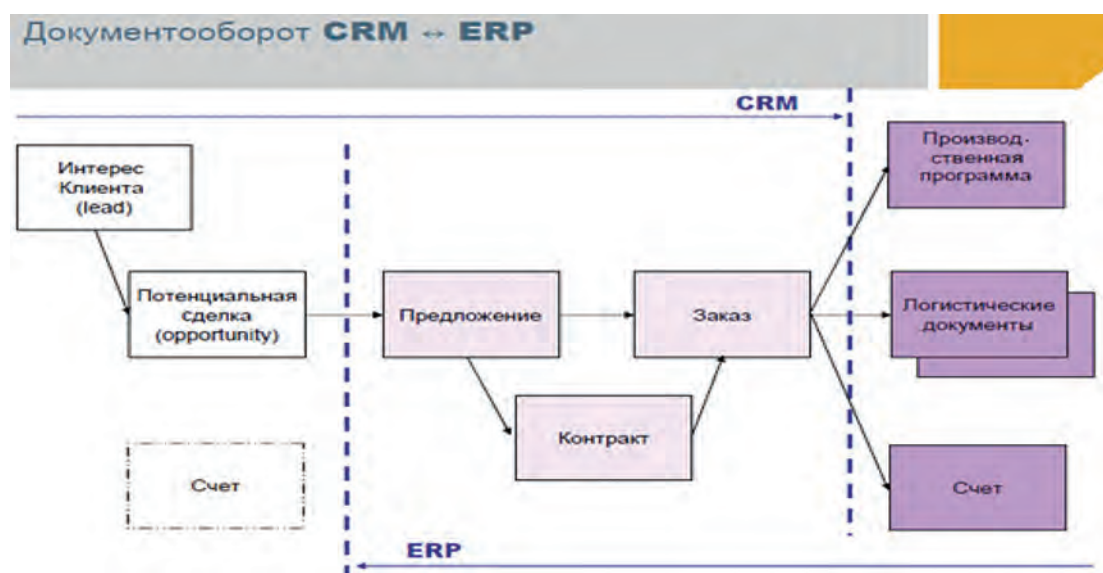
Помимо ухудшения сбытовой конъюнктуры, необходимо выделить следующие ключевые предпосылки для внедрения CRM-систем:

- увеличение эффективности продаж за счет снижения издержек в виду ликвидации информационных и организационных барьеров;
- учет клиентской базы и истории заказов, что исключает риск потери контакта с контрагентом в связи с текучестью кадров;
- увеличение эффективности сбытовых подразделений за счет поэтапного учета заказов, ответственных лиц и сроков исполнения;
- прозрачность работы сбытовых подразделений для контроля и управления;
- создание в компании единой информационной среды путем использования возможностей CRM-системы, которые позволят организовать согласованную работу подразделений маркетинга, сбыта и производства;
- организация и оценка эффективности маркетингового воздействия (рекламно-выставочной деятельности, выставок, семинаров, конференций и других рекламных акций);
- формирование отчетности в разрезе различных аналитик по заданным критериям;
- защита своей клиентской базы путем централизованного хранения клиентской базы данных и разграничения доступа к ней.

Несмотря на то что CRM-системы решают ряд актуальных проблем любого предприятия, применение систем данного класса в металлургической отрасли является спорным моментом в виду того, что CRM-система должна учитывать специфические требования отрасли:

- 1) изменчивость спроса на металлургическую продукцию, а также относительно низкое внимание к сбыту в виду зависимости объемов сбыта от внешних факторов;
- 2) продукцию, выпускаемую металлургическими предприятиями, можно разделить на стандартизованную и позаказное производство; для последнего особенно актуален хорошо отлаженный бизнес-процесс «маркетинг–продажи»;
- 3) металлургические предприятия ориентированы в первую очередь на снижение издержек производства и экономии на закупках, а не на эффективность продаж;
- 4) неустойчивые цены на сырье и материалы, что усложняет процесс ценообразования продукции.

Кроме того, система должна интегрироваться с существующей ERP-системой и встраиваться в текущие процессы производства и сбыта продукции (см. рисунок), что само по себе является проблемой в виду частичной автоматизации многих предприятий, причем данная проблема характерна для многих предприятий-лидеров отрасли. При этом одним из ключевых свойств, которым должна обладать CRM-система (с учетом специфики металлургической отрасли), является конфигурирование сложных технических и коммерческих параметров спецификаций.



Принципиальная схема взаимодействия ERP- и CRM-систем

Несмотря на то что среди экспертов вопрос о применении CRM-технологий в металлургической отрасли остается открытым, ряд предприятий уже заявили об успешном внедрении данных технологий. Это такие предприятия, как ММК, НЛМК, ПНТЗ, ОМК.

В целом CRM-технология позволит предприятиям фиксировать все обращения, поступающие на предприятие по различным каналам взаимодействия с покупателями, исключая возможные потери и искажения информации, а также задержки при взаимодействии сотрудников различных служб. Однако к процессу принятия решения о внедрении необходимо подойти с набором четко поставленных целей с учетом тех особенностей, которые существуют для металлургической отрасли. В результате при успешном внедрении применение CRM-технологий позволит укрепить имидж компании как надежного поставщика, тонко реагирующего на потребности клиентов и динамику рынка.

Сведения об авторе

Акушко Денис Вячеславович, начальник бюро аналитических систем управления автоматизации, ОАО «Белорусский металлургический завод – управляющая компания холдинга «БМК», Гомельская область, Беларусь, г. Жлобин, ул. Промышленная 37. Тел.: +375-2334-5-66-11. E-mail: akushko@tut.by.

Information about the author

Akushko Denis, Department Chief, Analytical control systems of automation, JSC «BSW – Management Company of Holding «BMC», 37 Promyshlennaya Str., Zhlobin city, Gomel Region, Belarus. Tel.: +375-2334-5-66-11. E-mail: akushko@tut.by.