

СПЕЦИФИКА ВЫБОРА И ВНЕДРЕНИЯ CRM-РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ АВТОБИЗНЕСА

А.А. Булойчик

Научный руководитель – Тонкович И.Н.

канд. хим.наук, доцент

**Белорусский государственный университет информатики
и радиоэлектроники**

Бизнес по обслуживанию и ремонту автомобилей представляет собой довольно сложную структуру. И самая главная задача – заставить эти части работать в едином ритме с ориентацией на интересы клиентов. Распространенной практикой является внедрение CRM-системы в процессы управления автосервисом.

Функциональные возможности CRM для автосервиса выбираются исходя из уровня процессов, которые планируется автоматизировать. Чем шире набор инструментов, тем большую результативность она внесет в бизнес.

При выборе CRM-решения учитывается следующая классификация [1]:

- направленность (универсальные «вручную» адаптируются под любой бизнес, а отраслевые – преднастроены под конкретную сферу);
- способ организации (облачные CRM, в которых доступ осуществляется через Интернет-соединение, и коробочные версии, требующие определенного технического оснащения);
- функциональность (модульные CRM-решения и CRM без доработки);
- цена (платные и бесплатные решения).

Однако большинство даже крупных компаний отказывается от использования привилегий CRM-систем. Одной из причин является неправильный запуск, в результате чего CRM забрасывается, а все операции учета и продаж продолжают вестись на Excel листе.

При внедрении CRM-решений следует исходить из следующих шагов [2]:

- написание карты бизнес-процессов (входы и выходы системы, контролируемые единицы в процессе продаж, ответственные лица);
- перенос всех процессов, связанных с продажами;
- контроль заполненности системы (как недостаточной, так избыточной);
- определение «испытательного» срока системы, в рамках которого менеджеры активно предлагают изменения процесса работы;
- создание единой инструкции, определение степени свободы процессов.

Ремонт автомобилей – сервис специфический, связанный с большой ответственностью и рисками. В свою очередь, правильное внедрение CRM-системы помогает повысить число успешных сделок и снизить отток клиентов, облегчает ведение учета заказов и контроль их выполнения, анализ удовлетворенности клиентов.

Библиографический список

1. Якименко, А.В. Автоматизированные системы технического обслуживания и ремонтов / А.В. Якименко // ИСУП. – 2005. – №1. – С. 5
2. SALERS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www. https://salers.ru/osnovnye-pravila-vnedreniya-crm-sistemy/#article-top](https://salers.ru/osnovnye-pravila-vnedreniya-crm-sistemy/#article-top). – Дата доступа: 06.10.2020.