

Муниципальное бюджетное общеобразовательное  
учреждение

«Гуманитарно-эстетическая гимназия №11  
г. Дубны Московской области»  
(ГИМНАЗИЯ №11)

Исследовательская работа  
в рамках «Индивидуального проекта»  
Тема: «О CRM (Customer Relationship Managment-системе в бизнесе  
на примере amoCRM)»

Автор работы: Иванчин Никита Геннадьевич 11А

Руководитель:  
Иванчин Геннадий Борисович (Предприниматель)

Координатор:  
Буздавина Едена Львовна, заместитель директора по УВР

\_\_\_\_\_ 2020 \_\_\_\_\_ г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
ГЛАВА 1 Что такое CRM-система? .....	5
1.1. CRM – что это? .....	5
1.2. История CRM-систем .....	6
ГЛАВА 2 amoCRM .....	7
2.1. Почему amoCRM? .....	7
2.2. Интерфейс и устройство .....	8
2.3. Базовая настройка .....	10
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	14
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	15

## **ВВЕДЕНИЕ**

### **Тема работы и обоснование выбора темы**

Исследовательская работа посвящена CRM-системам, их устройству и внедрению в бизнес. Я заинтересован данной темой поскольку в будущем собираюсь открыть свой собственный бизнес, а CRM-система облегчит мне достижение данной цели. Наличие у меня навыка внедрения CRM-системы сэкономит время и уменьшит денежные затраты, а также позволит персонализировать систему и корректировать ее в любой момент.

### **Актуальность**

В настоящее время к открытию собственного дела стремятся все больше и больше людей, но многие даже открыв собственный бизнес, работают не рационально. Поэтому проблема автоматизации бизнеса, как никогда актуальна. Лично для меня она актуальна сейчас потому, что можно устанавливать CRM-системы не только в свой бизнес, но и в бизнес других людей, но основной задачей является внедрение в свой будущий бизнес.

### **Новизна**

CRM-системы появились недавно, и многим не известно о них до сих пор. Я решил узнать, как внедрить и настроить CRM-систему. В этом заключается новизна моего проекта.

### **Цель работы**

Цель работы – ответить на вопрос “ Что такое CRM-система и зачем она нужна”, а также на примере amoCRM, показать, как внедрить и настроить CRM-систему. Получить готовую настроенную систему.

**Задачи:**

- 1) Получить понятие о CRM-системах в целом
- 2) Узнать о том, как получить доступ к amoCRM
- 3) Изучить устройства amoCRM
- 4) Изучить базовые настройки amoCRM
- 5) Подготовить amoCRM для базовой работы
- 6) Получить готовую настроенную систему

## ГЛАВА 1. Что такое CRM-система?

### 1.1. CRM – что это?

**CRM-система** — сокращение с англ. Customer Relationship Management, т.е. управление взаимоотношениями с клиентами. Это программное обеспечение, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов. Звучит расплывчато, CRM системы — что это простыми словами?

**CRM — это программа для отдела продаж, которая позволяет:**

- организовывать и регламентировать работу ваших менеджеров,
- осуществлять контроль над их работой,
- автоматизировать процесс работы с клиентом,
- сократить время на выполнение повторяющихся процессов,
- контролировать связь менеджеров с клиентами,
- анализировать уровень вовлеченности в работу ваших сотрудников,
- сохранять базу клиентов и собирать историю взаимодействия с ними.

**Результаты использования CRM-систем:**

- Увеличение количества новых клиентов.
- Увеличение количества сделок.
- Повышение числа «выигранных» сделок.
- Постройка эффективной системы управления.
- Оптимизация расходов на содержание компании, снижение издержек на персонал и аренду офиса.

- Оптимизация зарплатного фонда.
- Оптимизация рабочих процессов.
- Сокращение времени на выполнение повторяющихся процессов.

## 1.2. История CRM-систем

Прародителем CRM-систем являются программы для управления контактами.

**1986:** Первый софт для управления контактами

Pat Sullivan и Mike Muhney создали компанию Conductor Software. Первым продуктом этой компании стала система АСТ!, вышла в 1987 году и представлялась, как уникальное приложение для управления контактами.

В 1990-х годах появляются первые системы для автоматизации процесса продаж, которые являются сильно упрощенными прототипами CRM-систем.

**1990е:** Управление продажами + менеджмент контактов.

Contact management становится частью процессов управления продажами, выходят такие программы, как Saratoga Systems и Brock Systems. Эти системы автоматизируют стандартный процесс продаж, что позволяло контролировать сделки и следить за их эффективностью.

**1995:** Появился термин "Customer Relationship Management".

Термин «customer relationship management» (CRM) становится одним из наиболее популярных терминов. Некоторые эксперты использовали аббревиатуры CIS (customer information system) и CIM (customer information management), но прижилось в итоге именно определение CRM.

**1998:** CRM наращивают функционал

Компания Siebel покупает Scopus, добавляя к наиболее мощной платформе автоматизации продаж наиболее сильное решение на рынке для колл-центров. Становится ясно, что фокус внимания на рынке смещается к более удобным решениям, которые охватывают не только область продаж, но и сервис, а также маркетинговую активность.

Одновременно агрессивное вторжение на рынок CRM осуществляет SAP, учреждая SAP Labs специально для исследований и разработок в этой области. Грядет битва за рынок CRM между Siebel и крупнейшими ERP вендорами.

В 2000-х CRM-системы уже принимают привычный вид, но их развитие и усовершенствование не прекращается и сейчас.

## ГЛАВА 2. AmoCRM

### 2.1. Почему amoCRM?

AmoCRM – удобный сервис для ведения бизнеса. Весь его функционал заточен под продажи. В отличие от других CRM-систем, интерфейс проекта очень простой, напоминает записную книжку, поэтому настройку большинства функций можно сделать самостоятельно без привлечения специалиста.

В отличие от многих систем amoCRM по карману и начинающим предпринимателям.

Ниже приведен тарифный план системы:

Тарифы:	Пакет Микро-Бизнес 4'999 руб/год за 2 пользователей	Пакет Старт-Ап 14'999 руб/год за 5 пользователей	Базовый 499 руб/мес за 1 пользователя	Расширенный 999 руб/мес за 1 пользователя	Профессиональный 1'499 руб/мес за 1 пользователя
<b>Ограничения</b>					
Количество контактов	5,000	12,500	5,000	10,000	20,000
Количество открытых сделок	1000	2,500	1000	2000	4000
Количество дополнительных полей	100	100	100	200	400
Дисковое пространство для документов	200 Mb	500 Mb	100 Mb	200 Mb	400 Mb
50 бесплатных распознаваний визиток в мобильном приложении	✓	✓	✓	✓	✓

Рассматривать конечно надо покупку на нескольких пользователей, а точнее на весь отдел продаж, но на начальном этапе понадобится доступ для одного пользователя (от 499 руб/мес до 1499 руб/мес).

Помимо этого при регистрации вам предоставляется пробный период на 14 дней, за которые вы можете определить подходит ли вам данная CRM-

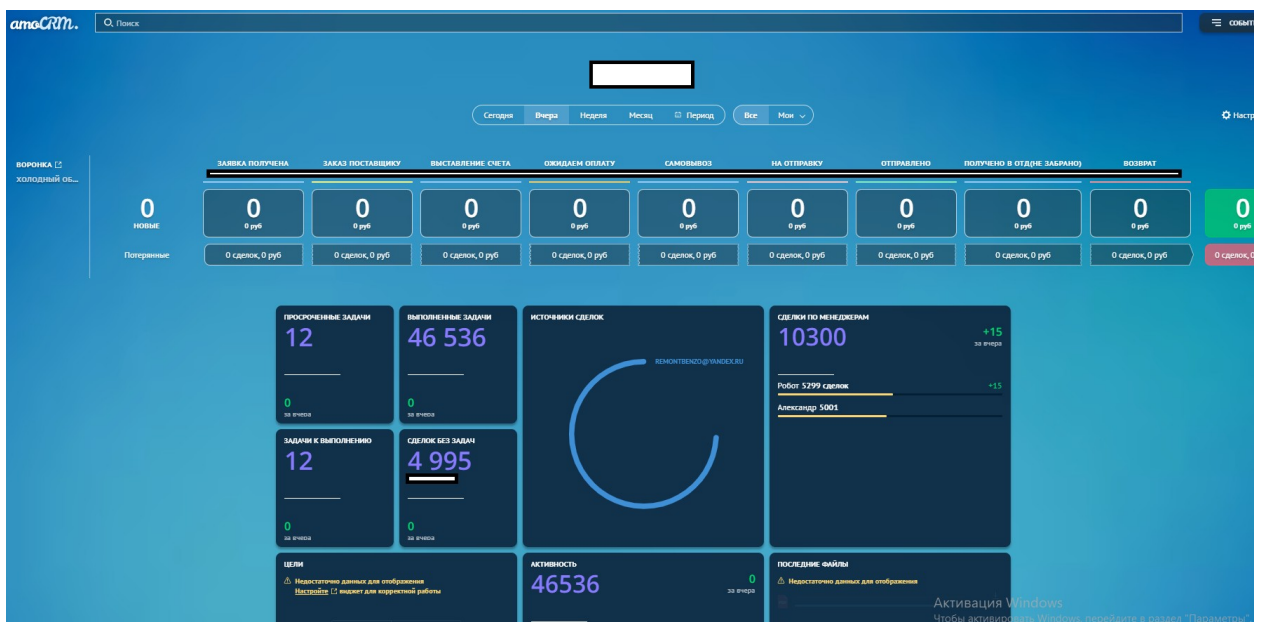


система.

## 2.2. Интерфейс и устройство

Панель быстрого доступа позволяет быстро получать доступ к основным функциям системы.

### 1) Рабочий стол



Дает полный обзор “воронки продаж”.

### 2) Воронка продаж – это известный маркетинговый инструмент для планирования и оценки эффективности бизнеса



Можно получить сводку по количеству сделок по каждому менеджеру.

А так же полный денежный оборот на каждом этапе сделки.

### 3) Сделки и задачи

В разделе сделки дублируется воронка продаж и каждая сделка распределена на каждый этап.

Можно получить доступ к любой сделке или перевести ее на другой этап. В разделе задачи дается сводка по просроченным задачам, задачам на сегодня и задачам на будущее.

Когда приходит время выполнить задачу, система сама уведомляет об этом.

ЗАЯВКА ПОЛУЧЕНА	
2474 сделки: [REDACTED]	
[REDACTED] Заказ №36704 630 руб	07.03.2020 Нет задач
[REDACTED] Заказ №36703 28 руб	07.03.2020 Нет задач
[REDACTED] Заказ №36702 390 руб	07.03.2020 Нет задач
[REDACTED] Заказ №36701 350 руб	07.03.2020 Нет задач
[REDACTED] Заказ №36700 1 650 руб	07.03.2020 Нет задач
[REDACTED] Заказ №36699 1 650 руб	07.03.2020 Нет задач

ПРОСРОЧЕННЫЕ ЗАДАЧИ	ЗАДАЧИ НА СЕГОДНЯ	ЗАДАЧИ НА ЗАВТРА
12 задач	0 задач	0 задач

Раздел статистика нужен для полного анализа результатов, как бизнеса в целом, так и каждого менеджера по отдельности.



### 2.3. Базовая настройка

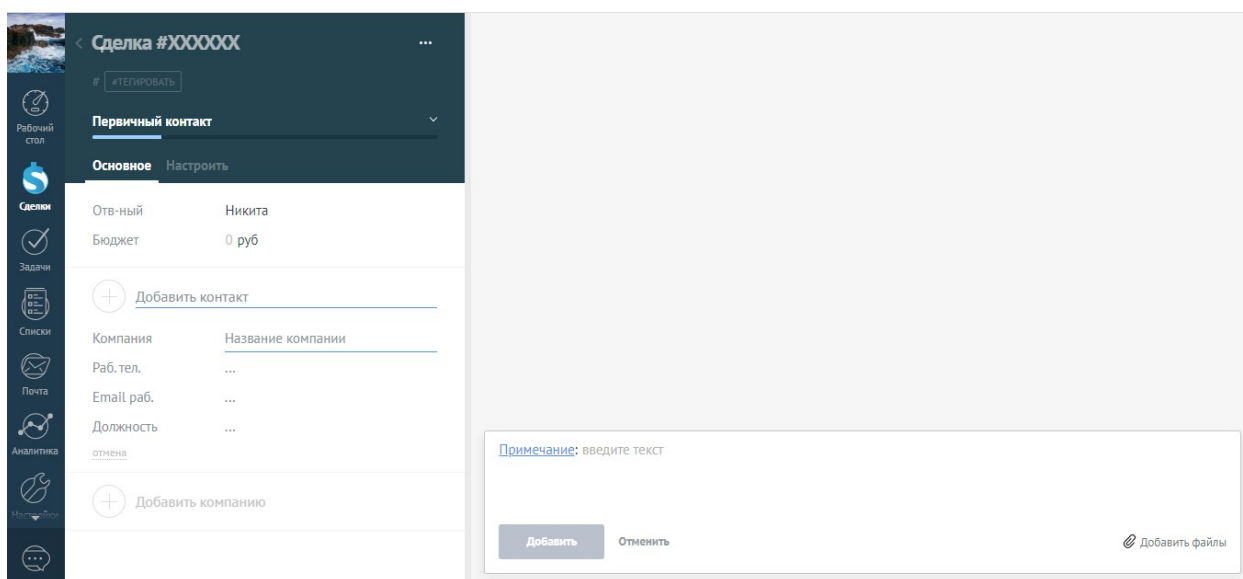
После регистрации нужно определиться для каких целей вы будете использовать amoCRM. Можно использовать его только, как систему для интернет магазина, а можно, как систему для полной автоматизации бизнеса.

Изначально, большинство функций уже настроено, нужно только персонализировать систему под себя, а значит настроить этапы сделки и задачи.

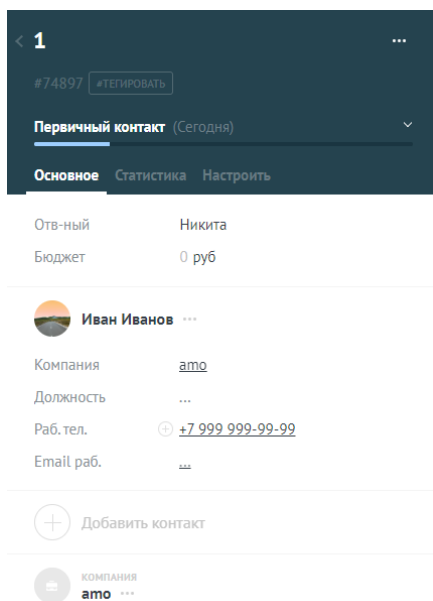
Рассматривать настройку будем для одного пользователя, настройка на несколько пользователей (на весь отдел продаж) куда сложнее и выполняется обученными специалистами.

## Настройка сделки

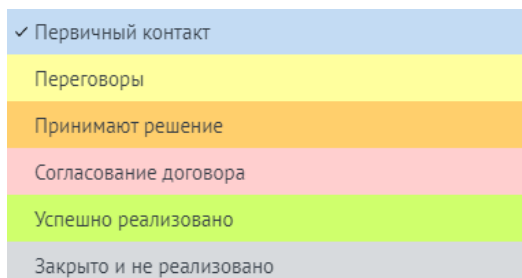
Только создав аккаунт на amoCRM, ваше окно сделки будет выглядеть так:



Под номером сделки можно увидеть статус сделки “первичный контакт”.



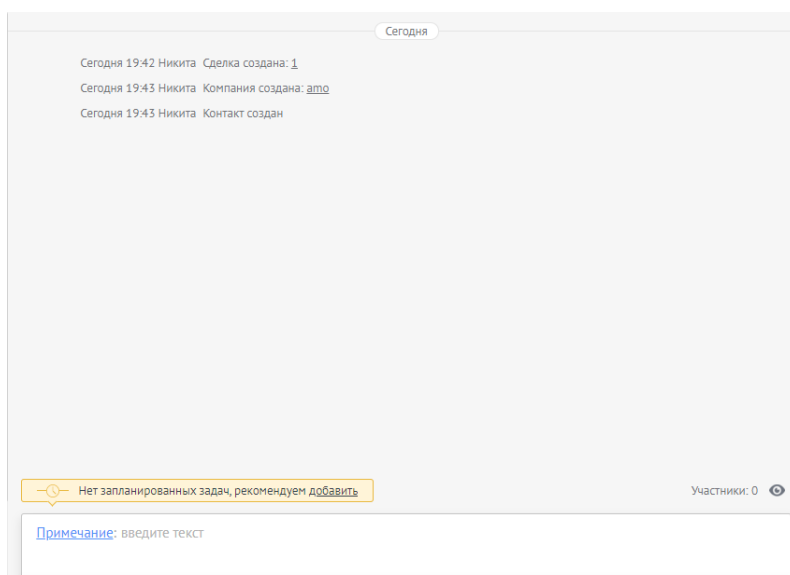
Можно изменить статус на нужны вам.



Дальше нужно настроить контакт связанный с данной сделкой.

Для этого нужно его создать: ФИО или название компании, телефон для связи или email – все это нужно указать чтобы в дальнейшем связаться с клиентом.

После указания клиента и названия сделки нужно обратить внимание на основное для вас рабочее поле



Здесь будет проводиться вся работа с клиентом. Можно добавить примечание написать на email или смс. В amoCRM есть много виджетов позволяющих общаться с клиентом. Эти виджеты интегрируют в amoCRM

множество программ, например: WhatsApp, VK, RoboKasa. Установив нужные вам виджеты вы можете делать то, что раньше занимало у вас время в один клик.

Например, можно регистрировать посылки через почту или СДЕК или же получать оплату онлайн.

Настроив сделку один раз, вы можете сделать так, чтобы данная конфигурация была по умолчанию.

Основное преимущество amoCRM в легкости, она достигается за счет понятного интерфейса и виджетов, позволяющих получить доступ ко всем нужным для вашего бизнеса функциям.

### **Заключение**

В данной работе я ответил на вопрос “Что такое CRM-система” и зачем она нужна. Мы рассмотрели историю CRM-систем, их создания и развития.

Также я рассмотрел одну из CRM-систем – amoCRM. Ознакомился с устройством и рассмотрел базовую настройку.

Проведя данную исследовательскую работу, я еще больше заинтересовался в предпринимательстве и бизнесе. И понял, как технологии влияют на нашу современную жизнь на примере бизнеса.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ (источники)

1. [https://zen.yandex.ru/media/id/5a8d1932ad0f229ba7b7716e/chto-takoe-crm-zachem-nujna-crm-5a9fb3ae168a91262f4bd77e?utm\\_source=serp](https://zen.yandex.ru/media/id/5a8d1932ad0f229ba7b7716e/chto-takoe-crm-zachem-nujna-crm-5a9fb3ae168a91262f4bd77e?utm_source=serp)
2. [http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F\\_%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F\\_CRM](http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F_%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F_CRM)
3. <https://quokka.media/obzory/rukovodstvo-po-amocrm/>