

Список литературы

1. Комиссарова Лариса Алексеевна Жилищно-коммунальное хозяйство как объект инновационного развития // Вестник НГИЭИ. 2014. №5 (36).
2. Лушенкова Наталья Ивановна, Богданова Екатерина Николаевна Финансовая система жилищно - коммунального хозяйства: состояние и перспективы // Мир науки и образования. 2015. №4.
3. Спирина Лиана Иршатовна Система оплаты труда персонала управляющих организаций сферы жилищно-коммунального хозяйства на основе ключевых показателей эффективности // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика . 2015. №1 (11).
4. Грачёва Ирина Ивановна Проблемы и перспективы функционирования рынка жилищно-коммунальных услуг в современных экономических условиях // Концепт. 2013. №12 (28).

© Ю.В. Ведякина, 2018

УДК 658

В.В. Дмитренко

студент

Кубанский государственный университет

г. Краснодар, Россия

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВЫГОД ОТ ВНЕДРЕНИЯ CRM СИСТЕМЫ
В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ**

На данный момент взаимоотношения являются главной целью каждого банка. Успешное сотрудничество с клиентом влечет за собой последующие обращения и рекомендации услуг знакомым и друзьям.

На решение клиента воздействует ряд факторов, которые меняются с течением времени [4]. Изменяются не только внешние условия, но и клиентский опыт. И, соответственно этому, меняется поведение клиента, его образ мыслей и критерии принятия решения, что сказывается на восприятии им банка/продукта.

Одним из ярких примеров внедрения CRM системы является проект, осуществленный в американском банке "Community National Bank" (CNB). В него были внедрены два модуля: "Продажи" и "Сервис", в результате чего сотрудникам стали доступны следующие возможности [3]:

- оперативный доступ к информации о клиентах;
- группировка клиентов по предоставляемым им услугам;
- контроль обращений в сервисную службу и рассмотрение запросов в кратчайшие сроки;
- выявление индивидуальных требований клиентов и использование их при предоставлении услуг.

Банк, который был создан более ста лет назад всегда был успешным, и чтобы удержать свои позиции, ему необходимо было обратить внимание на потребности клиентов. Следовательно, появилась необходимость в систематизации данных о клиентах, их потребностях и непосредственно историях заказов. Реализовать эти направления помогла система управления отношениями с клиентами Microsoft CRM.

Результаты превзошли все ожидания. Работа стала более профессиональной, а также количество клиентов у каждого из сотрудников возросло в несколько раз. Следующим этапом стала интеграция Microsoft CRM с действующей системой обслуживания кредитных карт.

Внедрение позволяет значительно повысить производительность работы банка за счет:

- получение менеджером оперативных отчетов в целях составления прогнозов объемов продаж, мониторинг эффективности деятельности менеджеров в области продаж и сервисной поддержки клиентов;

- осуществление постоянного общения с клиентом для выяснения и анализа предпочтений;

- выявление наиболее прибыльных клиентов и проведение индивидуальных работ с ними;

- сокращение цикла продаж и увеличение числа успешных сделок.

Успешный опыт внедрения CRM систем показывает, что использование подобных технологий способствует повышению эффективности деятельности и увеличению конкурентных преимуществ. Новые технологии способствуют увеличению производительности отдельных работников и кредитно-финансовой организации.

Одной из главных заповедей для успешного бизнеса является "Знай своего клиента". Но сейчас этого недостаточно. Теперь необходимо предугадать потребности клиентов и иметь возможность управлять его лояльностью. Внедрив CRM в учреждение, банк получит [1]:

- увеличение продаж и качества предоставляемых услуг существующим клиентам банка;

- адресное общение с клиентом. Банк предлагает клиенту необходимые продукты и услуги в нужный момент времени;

- управление обращениями и лояльностью клиента к банку;

- сокращение времени и ресурсов на продажи;

- снижение отрицательного эффекта от бездумного использования клиентской базы массовыми предложениями;

- различная оперативная отчетность по продажам и управление на основании их нагрузкой на специалистов.

Успешный опыт внедрения CRM систем показывает, что использование подобных технологий способствует повышению эффективности деятельности, а также наращивает конкурентные преимущества. Внедрение новых технологий взаимоотношений с клиентами позволяет увеличить производительность как отдельных работников банка, так и всей кредитно-финансовой организации в целом [2].

Список литературы

1. Аналитический CRM - неотъемлемая часть современных банков [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.norbit.ru/press/articles/crm-23/1334.html>. - 14.03.2017.
2. Мартиросян Д. Клиентский опыт. Оптимизация процессов // Конкурсная документация. - 2015.
3. Пожидаев М. Рынок CRM-систем // Ежемесячный журнал CNews. - 2009.
4. Управление "Жизненным Циклом Клиента" как ключевой фактор развития продаж [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.1crm.ru/press/news/2231/>. - 14.03.2017.

© В.В. Дмитренко, 2018