

Елисеев Сергей Дмитриевич, магистрант,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»
г. Краснодар

Сидоров Виктор Александрович, док. эконом. наук,
профессор, заведующий кафедрой теоретической экономики
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»,
г. Краснодар

CRM-СИСТЕМЫ – ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ ДЛЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО БИЗНЕСА

Аннотация: В статье рассматривается применение CRM систем в клиентоориентированных бизнесах и влияние его как инновационно-цифровых технологий. Применение и развитие CRM систем в России, влияние для компаний и оптимизация внутренних систем для увеличения конкуренции на рынке. CRM системы направлены на обеспечение оптимизации внутри компании с большим объемом данных о потребителях, что они хотят от продукции создаваемой производителем. Компания в первую очередь стремится нарасти свою прибыль и понять, как угодить к клиенту на более выгодных условиях.

Ключевые слова: CRM система, современная экономика, инновации, клиентоориентированность, информационные технологии, бизнес, рынок искусственного интеллекта, цифровизация.

Развитие современного бизнеса ориентировано на создание систем, направленных на увеличение внимания клиента. Эту практику в своей профессиональной деятельности используют все большее количество компаний. Информационные системы, которые направлены на оптимизацию работы с большим количеством данных о клиентах называют «Customers Relationship Management (CRM-системы)» – управление взаимоотношениями с клиентами. Спрос на CRM-системы постоянно растет, потому что использование этих систем позволяет существенно увеличить объемы продаж и, соответственно, уровень доходов организации. Целевой фактор для поддержания конкурентных преимуществ на рынке для бизнеса является высокая скорость реакции на внутренние и внешние изменения.

Практика уверенно свидетельствует, что при использовании CRM-систем увеличивается эффективность сотрудников: уменьшается время, затрачиваемое на поиск информации, планирование и контроль сроков выполнения задач, работники получают полную картину по обращению клиентов в другие отделы организации, процент потерь клиентов, с которыми менеджер, например, забыл связаться, снижается. В результате эксплуатации CRM-систем улучшается качество обслуживания, что, естественно, приводит к увеличению числа лояльных (постоянных) клиентов.

За последние несколько лет произошли настоящие изменения в используемых CRM-средствах. Более правильно рассматривать CRM в контексте стратегии существования бизнеса, которая должна учитывать, как совершенствование структуры организации, так и выбор конкретных вариантов технологических программ. Многие компании, которые используют технологию CRM, в виде отдельных разобщенных программных решений, сталкиваются с целым рядом проблем. Использование CRM в комплексе с информационными технологиями дает возможность бизнесу решать не только текущие проблемы, но и стратегические, такие как: инновационное развитие, удержание и привлечение клиентов.

Российский рынок CRM-систем также, как и мировой, характеризуется быстрыми темпами роста и качественными изменениями. Наблюдается значительный сдвиг в сторону



цифровой трансформации бизнесов различных секторов экономики, что способствует увеличению спроса на эффективные итоговые результаты для управления клиентскими отношениями. Особенно это касается малого и среднего бизнеса, который стремится не уступать в конкуренции крупным игрокам и ищет доступные, но эффективные инструменты для развития.

В 2023 году рынок CRM-систем в России показал тенденции к высокому развитию и улучшению в целях адаптации к новым бизнес-требованиям, возросшему спросу на дистанционные технологии и потребностям предприятий получить более глубокие аналитические данные для принятия решений. Трендом 2024 г. выступили гибридные CRM-системы, позволяющие увеличить гибкость управления данными и процессами, оптимизировать информационную инфраструктуру и при этом обеспечить довольно высокий уровень безопасности.

Самыми востребованными направлениями на российском рынке в 2024 году BPM/CRM-систем являются:

- инструменты искусственного интеллекта,
- простота развертывания,
- высокая производительность платформы,
- вариативность коробочных решений,
- гибкость лицензирования,
- соответствие законодательству и требованиям информационной безопасности.

Среди причин, почему российские компании стремятся обновить свои CRM-системы, можно выделить следующие:

- интеграция с другими сервисами и платформами.
- аналитика и большие данные.
- повышение мобильности команды.
- комплаенс и безопасность данных.

Интеграция искусственного интеллекта (ИИ) в CRM-системы – это новый тренд, который стремительно набирает популярность на российском рынке.

Использование ИИ приносит значительные преимущества компаниям, поскольку позволяет автоматизировать рутинные операции, прогнозировать потребности клиентов и повышать качество обслуживания.

Одним из заметных преимуществ использования ИИ в CRM-системах является усиление личных отношений с клиентами. ИИ может анализировать большие объемы данных о покупательских предпочтениях и поведении, позволяя компаниям предлагать индивидуальный подход к каждому клиенту. Это способствует увеличению лояльности и росту продаж.

Также важно отметить, что ИИ значительно повышает эффективность маркетинговых кампаний. Системы могут автоматически сегментировать аудиторию и предлагать оптимальные каналы коммуникации и временные рамки для обращений, основываясь на анализе предыдущих взаимодействий.

Однако стоит отметить, что внедрение ИИ в CRM-системы не лишено сложностей. Одним из таких вызовов является необходимость гарантии защиты персональных данных. В контексте российского законодательства, обеспечение безопасности данных клиентов при обработке ИИ является критически важным аспектом, требующим внимательного рассмотрения.

Дополнительные трудности создает обеспечение качества и актуальности данных. ИИ работает настолько эффективно, насколько хороши входные данные, поэтому компании должны постоянно поддерживать актуализацию и достоверность данных в CRM-системах для получения максимальной пользы от использования ИИ.



Также важным аспектом при внедрении ИИ является необходимость в высококвалифицированных кадрах. Требуются специалисты не только в области искусственного интеллекта, но и аналитики данных, которые способны правильно интерпретировать рекомендации ИИ и применять их в бизнес-процессах.

Исходя из текущих тенденций, ИИ будет играть всё более значимую роль в развитии CRM-систем на российском рынке. Успех реализации этого тренда будет зависеть от множества факторов, включая техническую зрелость компаний, готовность к инновациям, правовую регулировку и квалификацию специалистов. В ближайшем будущем можно ожидать не только расширения функционала существующих CRM-систем за счет ИИ, но и появления нового поколения продуктов, спроектированных с учётом последних достижений в области машинного обучения и аналитики данных.

В последние годы, несмотря на уход с российского рынка большинства зарубежных вендоров, тенденции на российском рынке CRM-систем ясно указывают на стремление к максимальной упрощённости и улучшению пользовательского опыта. Разработчики адаптируют системы к текущим потребностям бизнеса, делая их более гибкими, интуитивно понятными и функциональными. Планы по усовершенствованию CRM-систем в России акцентируют внимание на нескольких ключевых аспектах, направленных на повышение эффективности и удобства для пользователей.

Облачные CRM-системы также продолжают набирать популярность, поскольку они предлагают высокую степень масштабируемости и доступности. Российские компании активно переходят на облачные решения для упрощения управления ИТ-инфраструктурой и сокращения операционных затрат. Облачные сервисы облегчают процесс интеграции с другими системами и обеспечивают автоматическое обновление программного обеспечения.

Блокчейн предлагает решение для повышения безопасности и прозрачности в управлении клиентскими данными. Интеграция блокчейн-технологии в CRM-системы может революционизировать способ хранения и защиты информации о клиентах, минимизируя риски утечек данных и повышая доверие клиентов.

Таким образом, анализ рынка CRM-систем в российской практике показывает высокую конкурентоспособность отечественных решений на базе импортозамещения, существенным образом влияющих на автоматизацию бизнес-процессов, обеспечивающих повышение эффективности взаимодействия подразделений компании с клиентами

Список литературы:

1. Терский А.А. Роль CRM-систем в повышении эффективности деятельности организации // Символ науки. – 2015. – №5.
2. Клочкова А.В., Бебякина А.А. CRM-система как инновационный инструмент повышения конкурентоспособности организации // Научный журнал НИУ ИТМО. – 2023. – С. 178-181.
3. Абрамов В. И., Абрамов И. В., Поливанов К. В., Семенков К. Ю. Цифровая трансформация системы управления отношениями с клиентами // Вопросы инновационной экономики. – 2023. – Том 13. – № 1. – С. 289-306.

