

Практика реализации клиентоориентированной стратегии в компании Найтек Инструментс.

Декабрь 2007 г.: Консалтинговая компания BrightConsult (NaviCon Group) и ЗАО «Найтек Инструментс» объявляют об окончании проекта внедрения системы Microsoft Dynamics CRM.

ЗАО "Найтек Инструментс" - динамично развивающаяся компания, представленная на рынке аналитического и лабораторного оборудования России и СНГ с 2002 года. Основное направление деятельности - продвижение на Российском рынке самых современных технологий и оборудования для спектрального и хроматографического анализа, а также поставки расходных материалов к различному оборудованию для физико-химического анализа. Клиентами компании являются научные институты, промышленные предприятия, контрольные лаборатории.

Непрерывное развитие компании "Найтек Инструментс" привело к необходимости совершенствования бизнес-процессов коммерческих подразделений, изменений в технологиях коллективной работы с партнерами и заказчиками, а также усиления функций анализа и планирования продаж. В качестве основы для построения эффективной системы управления взаимоотношениями с клиентами было выбрано решение Microsoft Dynamics CRM, как наиболее соответствующее бизнес-потребностям компании и обладающее всей необходимой функциональностью в области автоматизации процессов продаж и сервисного обслуживания клиентов.

Основной целью проекта являлась оптимизация существующих бизнес-процессов компании и соответствующая настройка Microsoft Dynamics CRM для повышения эффективности работы сотрудников клиентских подразделений.

В соответствии с рабочим планом в ходе проекта были выполнены следующие работы:

- Внедрены модули «Продажи», «Маркетинг» и «Сервис» системы Microsoft Dynamics CRM
- Разработаны регламенты процессов продаж для различных категорий продуктов компании.
- Настроена интеграция с факс- и почтовой службами.
- Выполнен импорт продуктового каталога.
- Разработан пакет отчетности.

Автоматизация ключевых бизнес-процессов фронт-офисных подразделений привела к следующим результатам:

1. Лояльность клиентов:

- Систематизация сбора информации о заказчиках и оперативное получение полной истории взаимодействия позволяет применять индивидуальный подход в обслуживании каждого клиента.

- Мониторинг и анализ базы по различным параметрам позволяет грамотно структурировать работу с разными группами клиентов, своевременно учитывать их потребности и предпочтения.
- Автоматизация рутинных операций и формализация ключевых процессов работы менеджеров привели к сокращению времени и повышению качества обслуживания клиентов.

2. Управление продажами:

- Формирование собственной сбытовой политики позволяет управлять процессом продажи со дня поступления первого обращения клиента до заключения сделки.
- Функции прогнозирования и анализа продаж оптимизировали процесс планирования деятельности и организации работы сбытового подразделения, а также повысили эффективность отдела продаж за счет контроля достижения плановых показателей.
- Разработанные методики и алгоритмы процессов продаж обеспечивают контроль прохождения сделок и генерацию отчетности по каждому этапу сбытового процесса.

3. Управление маркетингом:

- Сегментация клиентов и учет особенностей каждой целевой группы повысили эффективность маркетинговых компаний.
- Автоматическое планирование действий при проведении маркетинговых активностей позволяет менеджерам сфокусироваться на выполнении задачи, не отвлекаясь на лишние рутинные операции.
- Анализ эффективности проведенных мероприятий позволяет адекватно оценивать результаты маркетинговых компаний и учитывать плюсы-минусы при планировании последующих акций.

4. Управление сервисным обслуживанием:

- Создание единого информационного пространства позволило объединить и упорядочить данные о запросах и сервисных обращениях.
- Автоматизация функций анализа и распределения полученных запросов повысила оперативность обработки обращений.
- Введение корпоративного регламента регистрации/ведения заявок позволило оптимизировать работу менеджеров и анализировать итоги деятельности сервисного отдела.

«Внедряя Microsoft Dynamics CRM, мы преследовали цель создания эффективного механизма анализа клиентской базы, улучшения результативности продаж и повышения качества сервисного обслуживания клиентов. Оптимизировав работу коммерческих подразделений компании, мы вышли на более высокий уровень»



БрайтКонсалт
Россия
Москва
ул. Фридриха Энгельса 75 стр.5

Т: + 7 495 101 0288
Ф: + 7 495 101 0288

www.brightconsult.ru

качества взаимодействия с нашими партнерами и заказчиками. На данный момент CRM-система для нас уже не просто операционный инструмент, а неотъемлемая часть стратегии дальнейшего развития и эффективного ведения бизнеса», – Нехин Михаил Юрьевич, Генеральный директор компании Найтек Инструментс.

Ольга Еськова-Сосковец
BrightConsult (Navicon Group)
OES@brightconsult.ru
www.brightconsult.ru