

CRM – ИНСТРУМЕНТ МЕНЕДЖЕРА

В. Г. Чегеров (МГУ имени А. А. Кулешова)

Науч. рук. *И. Н. Сидоренко*,
канд. физ.-мат. наук, доцент

Работу любой коммерческой организации сейчас сложно представить без использования CRM-системы. Определение или аббревиатура CRM расшифровывается как Customer Relationship Management, то есть «управление отношениями с клиентами». Первый прообраз сегодняшней CRM появился в 1947 году и назывался он «Day-Timer». По сути, это был структурированный блокнот. В 1987 году появилась программа «АСТ». У нее был, по тем временам, очень прогрессивный функционал, позволяющий не только структурировать, но и задавать параметры для обработки информации о клиентах. В системе «АСТ» появились Lids (лиды) – это просто необработанная информация о потенциальном клиенте, который проявил интерес к товару или услуге.

CRM как концепция имеет уже годы истории, и закономерно, что она претерпевает развитие. Все большую актуальность приобретают на данный момент XRM (eXtended Resource Management, расширенное управление отношениями), как более общей концепции, или CEM (customer experience management, управление видением заказчика). CEM представляет собой науку, методологию и/или процесс всестороннего управления опытом клиента на всех стадиях его взаимодействия с компанией, продуктом, брендом или услугой [1]. В зависимости от технологии функционирования CRM-решения различают на «облачные» и «коробочные» – соответственно работающие онлайн либо с установкой на сервер организации.

Большинство ведущих CRM в настоящее время не только собирают и хранят историю взаимоотношений с клиентом, но и предоставляют возможности для анализа и прогнозирования. По оценке агентства Nucleus Research ведущие позиции в мире сегодня занимают Salesforce.com, Infor, Oracle Cloud, Vpm'online, Microsoft Dynamics 365. Это все CRM для корпораций, период их адаптации может занимать больше года. Для микроорганизаций существует множество готовых решений с конфигурированием и обучением за несколько часов.

Литература

1. **Грачев, В.Н.** Развитие концепции CRM и дальнейшие ее перспективы в области продаж и обслуживания клиентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-kontseptsii-crm-i-dalneyshie-ee-perspektivy-v-oblasti-prodazh-i-obslyuzhivaniya-klientov>. – Дата доступа: 25.03.2022.