



# 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8

## 1С:Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)

Совместное решение «1С:Предприятие 8. Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)» предназначено для автоматизации процессов полного цикла работы с клиентом. Решение помогает организовать эффективную совместную работу отделов продаж, закупок, склада, маркетинга, сервисного обслуживания и службы качества компании на всех этапах работы с клиентами. Решение позволяет в комплексе автоматизировать торговые операции в соответствии с концепцией CRM и будет полезно для торговых и сервисных компаний, выделенных структур продаж производственных компаний.

Программа «1С:Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)» разработана на платформе «1С:Предприятие 8» и поддерживает все преимущества этой современной технологической платформы: масштабируемость, возможность автоматизации территориально-распределенных компаний, интеграцию с web-технологиям, простоту администрирования и конфигурирования.

### Основные возможности программного продукта

«1С:Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)» предоставляет пользователю возможности комплексной торговой системы с расширенным функционалом по управлению взаимоотношениями с клиентами (CRM). Основными преимуществами продукта являются:

- **Единая система.** Единая база для хранения всей информации о клиентах, партнерах, поставщиках и конкурентах с быстрым доступом к данным о контактах, сделках, взаиморасчетах и движению товара
- **Комплексный подход.** Все этапы работы с клиентами, от первого контакта до послепродажного обслуживания, реализованы в одной программе
- **Автоматизация торговых операций.** Автоматизация управления продажами (включая оптовую, розничную и комиссионную торговлю), закупками, ценовой политикой, складскими запасами. Управление денежными средствами, учет коммерческих затрат, учет НДС
- **Бизнес-процессы.** Настройка бизнес-логики программы, как на основе типовых бизнес-процессов (продажа, маркетинговое мероприятие, сервис, разбор жалобы, поручение, согласование договора), так и с возможностью создания собственных. Связь бизнес-процессов с торговыми документами
- **Планирование.** Удобная система напоминаний и календарного планирования, система выдачи и контроля исполнения поручений, система планирования продаж и закупок
- **Гибкая настройка.** Широкие возможности настройки программы пользователем: шаблоны бизнес-процессов, рабочие столы, типы Событий (интерес клиента, встреча, мероприя-

тие, сервисный выезд, жалоба и т.д.), а также свойства и характеристики клиентов, контактных лиц и товаров

- **Удобный интерфейс.** Наличие специализированных интерфейсов (рабочих столов) для различных групп сотрудников с возможностью персональной настройки и быстрого поиска и анализа информации о клиентах, контактах и сделках
- **Накопление знаний.** База знаний компании с полнотекстовым поиском, объединяющая информацию по продуктам, услугам, системе качества, ценовой политике и конкурентам
- **Расширенный анализ.** Возможность расширенного совместного анализа истории взаимоотношений и данных о торговых операциях. План-фактный анализ, анализ эффективности вложений в маркетинг

**CRM (Customers Relationship Management - управление взаимоотношениями с клиентами) - клиентоориентированная стратегия основана на использовании передовых управленческих и информационных технологий, с помощью которых компания выстраивает взаимовыгодные отношения со своими клиентами. Результатом применения клиентоориентированной стратегии является повышение конкурентоспособности компании и увеличение прибыли.**

Интеграция торговой системы и CRM позволяет создать единое информационное пространство по работе с клиентами, расширить возможности анализа информации и исключить двойной ввод данных.

- **Сервисные функции.** Автоматизация сервисных операций и взаимодействия с клиентами по различным каналам коммуникаций: персонализированные e-mail рассылки, анкетирование, телемаркетинг, почтовые рассылки
- **Интеграция с телефонией.** Возможность интеграции программы с телефонией (офисная АТС), отправкой и получением SMS и факс-сообщений

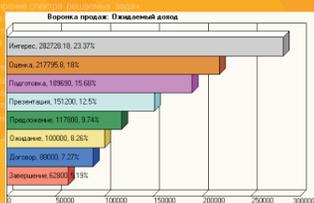
Использование продукта «1С:Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)» позволяет значительно ускорить выполнение основных бизнес-процессов компании, улучшить качество работы с информацией о клиентах, партнерах и конкурентах.



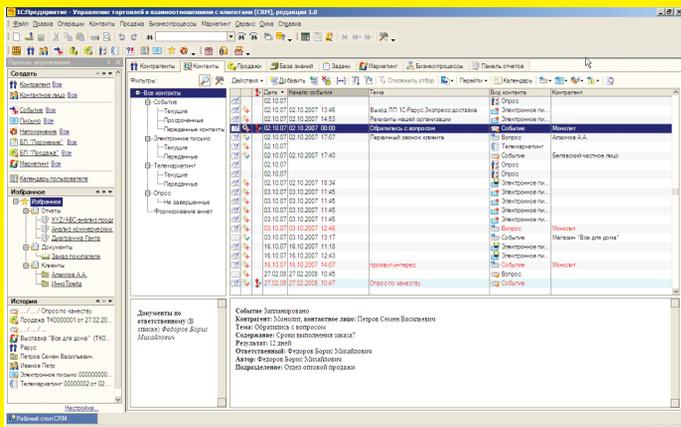
Бизнес-процесс «Продажа»



Бизнес-процесс «Разбор Жалобы»



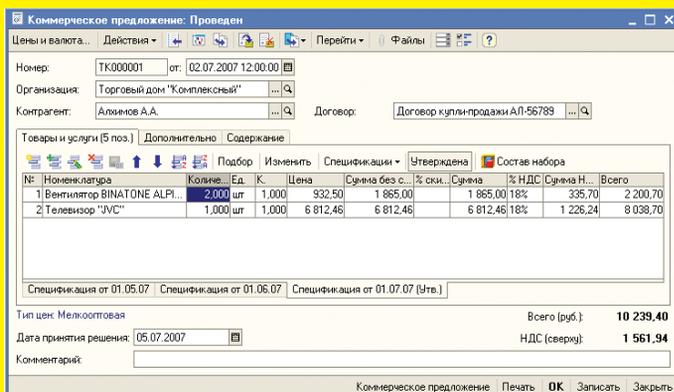
Воронка продаж



Рабочий стол

## Результаты внедрения

- Совместная работа отделов продаж, закупок, склада, маркетинга, сервисного обслуживания и службы качества компании в единой системе предупреждает потерю информации о клиентах и сделках при передаче между сотрудниками или подразделениями компании.
- Сегментация клиентской базы позволяет выявить перспективных клиентов и сократить время на неэффективные переговоры.
- У сотрудников появляется больше времени на работу с клиентами за счет повышения эффективности работы с информацией и автоматизации рутинных операций.

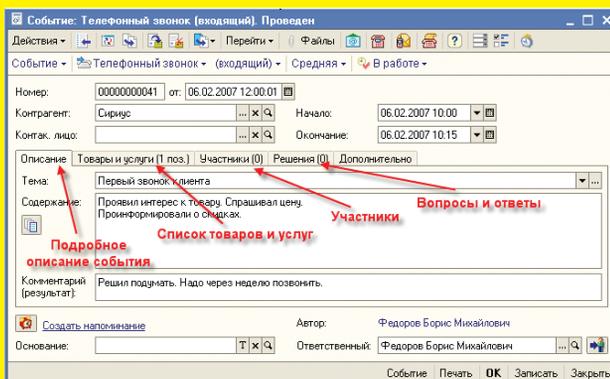


Коммерческое предложение

**В комплект поставки программы входит книга «Методика внедрения «1С:CRM ПРОФ», которая содержит рекомендации по организации и ведению проектов внедрения CRM-систем, примеры эффективного использования CRM-технологий в работе компании. Книга создана на основе многолетнего опыта внедрений CRM-систем на платформе «1С:Предприятие 8» в компаниях различных отраслей.**

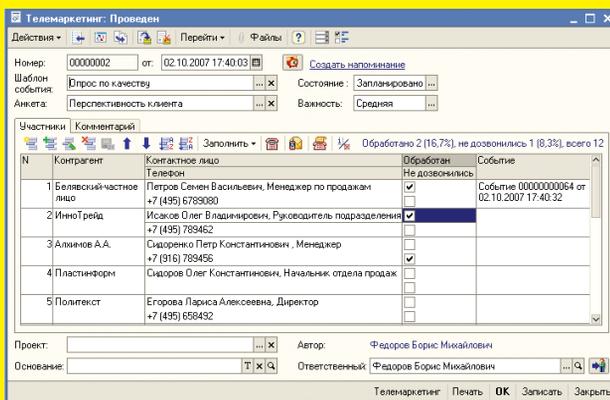
## Дополнительные возможности

- Обмен данными с учетными системами «1С:Бухгалтерия предприятия 8» и «1С:Бухгалтерия 7.7»
- Web-приложения «Удаленный склад» и «Управление заказами»
- Интеграция с сайтами на платформе «1С-Битрикс»
- Интеграция с телефонными системами «1С-Рарус:Софт-Фон + SMS и Факс Коммуникаторы»
- Автоматизация удаленных подразделений компании (работа в единой базе данных)
- Мобильное рабочее место (на ноутбуке или КПК)



Событие

- Управление ассортиментом на основе расширенного анализа продаж, хранение информации о клиентах и продажах в структурированном виде и сокращение времени обслуживания в расчете на одного клиента позволяет снизить общие издержки по продажам.
- Снижение количества и размера скидок, допродажи и кросс-продажи позволяют получить максимум от работы с каждым клиентом и увеличить ценность сделок.
- Персональное обслуживание клиентов (памятные даты, специальные предложения и программы лояльности), быстрое предоставление необходимой клиенту информации, точность и оперативность в работе повышает уровень лояльности клиентов, способствует стабильности и росту объема продаж.



Телемаркетинг



**Фирма «1С»**  
Москва, ул. Селезневская, 21  
Тел./факс: +7(495) 737-92-57  
www.1c.ru, 1c@1c.ru



**Разработчик: «1С-РАРУС»**  
Москва, ул.Чаянова, д.15, корп.5.  
тел./факс: +7(495) 223-0404  
e-mail: crm@rarus.ru  
www.rarus.ru

