

ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМ В ЗБУТОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація. В роботі проаналізовано переваги використання CRM-систем в збутовій діяльності підприємства. Розглянуто основні аспекти впровадження CRM-систем в діяльність підприємства та фактори, від яких залежить успіх використання CRM-систем в збутовій діяльності підприємства.

Ключові слова: CRM-систем, збутова діяльність, підприємство, впровадження.

Abstract. The paper analyzes the advantages of using CRM systems in the sales activities of the enterprise. The main aspects of the implementation of CRM systems in the company's activities and the factors on which the success of using CRM systems in the company's sales activities depends are considered.

Keywords: CRM systems, sales activity, enterprise, implementation.

Вступ

Збутова діяльність є важливим елементом успішного функціонування будь-якого підприємства, CRM-системи, або системи управління взаєминами з клієнтами, є важливим інструментом для підтримки збутових процесів і покращення взаємодії з клієнтами. Дослідження в цій області дозволяють виявити переваги використання CRM-систем та визначити оптимальні стратегії їх впровадження.

Завдяки використанню CRM-систем в збутовій діяльності підприємства можна спостерігати значні переваги та позитивний вплив на всі аспекти бізнесу. Ці системи дозволяють підприємствам створювати глибокі та продуктивні зв'язки з клієнтами, а також ефективно управляти усіма процесами збуту. Забезпечення персоналізованого обслуговування, аналітика даних, автоматизація рутинних завдань та посилення ефективності комунікації - це лише деякі з переваг, які надають CRM-системи.

Результати дослідження

CRM (Customer Relationship Management) - це стратегія управління взаєминами з клієнтами, яка базується на використанні інформаційних технологій для ефективно організації взаємодії з клієнтами. Роль CRM-систем в аспекті забезпечення високої якості обслуговування клієнтів полягає в тому, що вони дозволяють збирати та аналізувати дані про клієнтів, їхні уподобання та поведінку, що в свою чергу допомагає підприємствам краще розуміти своїх клієнтів та пропонувати персоналізовані продукти та послуги.

Однак, необхідно зазначити, що успіх впровадження CRM-систем залежить від кількох факторів, таких як правильне планування, налагодження та навчання персоналу. Відповідне підготовка співробітників та керівництва, а також підтримка та постійна оновлення системи є ключовими чинниками успіху використання CRM-систем. Крім того, врахування особливостей та потреб конкретного підприємства та його клієнтів є необхідним для максимальної вигоди від використання цих систем.

Впровадження CRM-систем в збутову діяльність підприємства призводить до покращення ефективності збутових процесів, збільшення продуктивності праці співробітників, зниження витрат та підвищення рівня клієнтської лояльності. Також вони дозволяють підприємствам здійснювати більш точний прогноз продажів, аналізувати ефективність маркетингових кампаній та розробляти індивідуальні стратегії збуту для різних сегментів клієнтів.

Важливим аспектом впровадження CRM-систем є забезпечення достатнього рівня безпеки та захисту конфіденційної інформації про клієнтів. Підприємства повинні використовувати надійні механізми шифрування даних та контролю доступу, щоб уникнути можливих порушень безпеки.

Ще одним важливим аспектом, є використання аналітики та штучного інтелекту в CRM-системах. Розвиток технологій аналізу даних та машинного навчання дозволяє підприємствам отримувати більш детальну та цінну інформацію про своїх клієнтів. Аналітичні інструменти допомагають виявляти

тенденції, прогнозувати попит, розробляти персоналізовані стратегії збуту та прогнозувати результативність маркетингових кампаній.

У подальшому розвитку CRM-систем очікується зростання значення технологій штучного інтелекту, аналітики даних та мобільного доступу. Це дозволить підприємствам отримувати ще більш точні та цінні дані про своїх клієнтів, прогнозувати їхні потреби та поведінку, а також забезпечити швидкий та зручний доступ до CRM-системи в будь-який час і з будь-якого пристрою.

Висновки

У підсумку, використання CRM-систем в збутовій діяльності підприємства є необхідним та перспективним кроком для досягнення успіху на сучасному ринку. Вони дозволяють підприємствам поліпшити взаємодію з клієнтами, забезпечити ефективне управління продажами, підвищити рівень задоволеності клієнтів та забезпечити стабільний зріст прибутків. CRM-системи надають підприємствам цінну аналітичну інформацію, яка допомагає виявити тенденції на ринку, передбачити потреби клієнтів та приймати обґрунтовані рішення. Завдяки їм підприємства можуть побудувати довгострокові та взаємовигідні стосунки зі своїми клієнтами, що стає ключовим фактором успіху в конкурентному бізнес-середовищі.

Впровадження CRM-систем вимагає комплексного підходу та ретельної підготовки, але переваги, які вони надають, варто зусилля. Ці технології відкривають нові можливості для підприємств у взаємодії зі своїми клієнтами, дозволяють збільшити ефективність роботи з продажами та підвищити конкурентоспроможність. В умовах швидкого розвитку цифрової економіки, використання CRM-систем стає необхідністю для підприємств, що прагнуть досягти успіху та стати лідерами у своїй галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лесько О.Й., Причепя І.В., Лесько Т.В. Напрямки підвищення ефективності менеджменту підприємства за сучасних умов. Технологічний аудит та резерви виробництва. №4/4(36), 2017. № 97. К40. С. 9-15.
2. Залознова Ю.С. Удосконалення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств України в умовах нестабільності попиту: теорія і практика: монографія. / Ю.С. Залознова, Н.В. Трушкіна; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2020. 166 с.
3. Марусей Т.В. Використання інформаційних технологій в системі управління маркетингом на сучасному підприємстві. URL: <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/46-shistnadsyata-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/347-vikoristannya-informatsijnikh-tekhnologij-v-sistemi-upravlinnya-marketingom-na-suchasnomu-pidpriemstvi>
4. Top 10 CRM Software Vendors / Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.appsruntheworld.com>

Лесько Олександр Йосипович – канд. екон. наук, доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: lesko@vntu.edu.ua.

Плотиця О.В. – студент групи МПОУ-21мз факультету Менеджменту та Інформаційної Безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Lesko Oleksandr – Dr. Sc. (Eng.), Professor, Head of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Plotytsya O.V. – master, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.