

*Филатов Евгений Сергеевич.
Аспирант, Белгородский государственный национальный
исследовательский университет,
Россия, г. Белгород*

*Польщиков Константин Александрович,
Научный руководитель, доктор технических наук, доцент, директор
института инженерных и цифровых технологий Белгородский
государственный национальный исследовательский университет,
г. Белгород*

СРАВНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ CRM-СИСТЕМ

Аннотация: В статье проведен сравнительный анализ современных CRM-систем. Рассмотрены основные сходства и отличия. Освещены наиболее популярные системы CRM-системы используемые в России

Ключевые слова: CRM-системы, amoCRM, Битрикс24, SAP CRM, CRM-системы в России

Filatov Evgeniy Sergeevich

Student, Belgorod State National Research University, Russia, Belgorod

Polshchikov Konstantin Aleksandrovich

Doctor of Technical Sciences, Belgorod State National Research University,

Russia, Belgorod

COMPARISON OF MODERN CRM SYSTEMS

Abstract: The article provides a comparative analysis of modern CRM systems. The main similarities and differences are considered. The most popular CRM systems used in Russia are highlighted

Keywords: CRM systems, amoCRM, Bitrix24, SAP CRM, CRM systems in Russia

CRM-системы (Customer Relationship Management) играют важную роль в современном бизнесе, поскольку помогают компаниям улучшить взаимодействие с клиентами, увеличить продажи, а также повысить уровень обслуживания и наладить внутренние рабочие процессы.

На текущий момент существует достаточно большое количество различных современных систем, всё они имеют свои сходства и отличия.

Общими для всех систем являются:

1. **Функциональность.** Обладают широким спектром функций, включая управление контактами, продажами, маркетингом, аналитику и отчетность. Они предоставляют возможность автоматизации процессов взаимодействия с клиентами.

2. **Использование данных.** Как системы контроля и оценки результатов деятельности, CRM-системы активно используют данные для анализа клиентской базы, выявления тенденций и прогнозирования спроса на продукцию или услуги.

3. Гибкость. Постепенно становятся все более гибкими и адаптивными, позволяя настраивать процессы под конкретные потребности компании.

4. Интеграция. CRM-системы часто интегрируются с другими информационными системами компании, такими как системы учета, складского учета и т.д.

Наиболее характерными отличиями можно считать:

1. Облачные и локальные системы. Одно из основных отличий между CRM-системами заключается в их развертывании. Локальные устанавливаются и запускаются на серверах компании, в то время как облачные хранятся и обслуживаются на удаленных серверах по модели подписки. Облачные CRM-системы обычно более гибкие, масштабируемые и доступны из любой точки мира, тогда как локальные системы могут предоставлять больший контроль над данными.

2. Функциональность. Могут предлагать различный набор функций в зависимости от потребностей компании. Некоторые системы сосредоточены на управлении продажами (Sales Force Automation), другие - на маркетинге (Marketing Automation), обслуживании клиентов (Customer Service) или аналитике данных. Некоторые системы предлагают все эти функции в одном пакете.

3. Интеграция с другими системами: CRM-системы могут интегрироваться с другими бизнес-приложениями, такими как системы учета, электронной почты, социальные сети и др. Некоторые имеют встроенные инструменты для интеграции, в то время как другие требуют настройки и дополнительных инструментов.

4. Целевые рынки и отрасли. Некоторые CRM-системы специализируются на определенных отраслях или рынках, таких как финансы, здравоохранение, розничная торговля и т.д. Они могут предлагать специфические функции и решения, соответствующие потребностям конкретной отрасли.

В России существует множество популярных CRM-систем, которые широко используются компаниями различных отраслей. Дадим характеристику нескольким из наиболее распространенных систем в России включают:

- Битрикс24: Одна из самых популярных CRM-систем в России, предлагающая широкий спектр функций для управления продажами, маркетингом, обслуживанием клиентов и внутренними коммуникациями.
- amoCRM: Облачная CRM-система, специализирующаяся на управлении продажами и взаимодействии с клиентами.
- SAP CRM: Интегрированная CRM-платформа, предлагающая решения для управления отношениями с клиентами и клиентским опытом.
- Terrasoft CRM: Платформа для управления отношениями с клиентами, предлагающая решения для автоматизации продаж, маркетинга и обслуживания клиентов.
- Microsoft Dynamics 365: Интегрированная CRM-система, предлагающая модули для управления продажами, маркетингом и обслуживанием клиентов.
- Oracle CRM: Интегрированная платформа для управления отношениями с клиентами, предлагающая модули для продаж, маркетинга и обслуживания клиентов.

Это лишь небольшой список известных CRM-систем, которые широко используются в России. Каждая из них имеет свои особенности и преимущества, и выбор конкретной CRM-системы зависит от потребностей и целей вашего бизнеса.

Использованные источники:

1. Албитов А., Соломатин Е. CRM (Customer Relationship Management) [Электронный ресурс] / А. Албитов, Е. Соломатин// Клерк.RU. - 2003.. - М: Клерк.RU, 2003. - Режим доступа:
<http://www.klerk.ru/soft/1c/?1911>
2. Аншина М. История и будущее, понятие, внедрение, сопровождение CRM (Customer Relationship Management) [Электронный ресурс] / М. Аншина // Сетевой. - 2002. - № 10, 2002. - М: Сетевой.RU, 2002. ?
Режим доступа: [http://www.klubok.net/index.php?
&file=article&sid=128](http://www.klubok.net/index.php?&file=article&sid=128)
3. Дмитриев С. Блеск и нищета CRM-технологий [Электронный ресурс] / С. Дмитриев// Маркетинг, реклама и сбыт. - 2004. - Март (№ 3). - М: ЕСОМАН.EDU.RU, 2004. - Режим доступа:
<http://ecsocman.edu.ru/db/msg/180415.html>