

## 1С:CRM

«1С:CRM» предназначено для организации эффективной совместной работы всех подразделений компании, каждое из которых может иметь численность до нескольких сотен сотрудников, включая такие отделы как:

- отдел продаж;
- служба телемаркетинга;
- сервисный центр;
- линия консультаций («горячая линия»);
- служба маркетинга и PR;
- отдел закупок;
- служба качества;
- секретариат (диспетчерский отдел);
- администрация;
- производство (в части управления бизнес-процессами).

### Основные функциональные возможности конфигурации «1С:CRM»

**Управление клиентской базой.** Сбор всех данных о клиентах в единую клиентскую базу компании, подробная характеристика о каждом клиенте и контактное лицо, расширенная аналитика по клиенту, динамика изменения состояния отношений с клиентами, возможность быстрого ввода и доступа к информации о клиенте.

**Управление контактами с клиентами.** Учет истории контактов с клиентами, регистрация их потребности клиентов, диспетчеризация контактов клиентов в режиме реального времени, оперативная передача информации между отделами, планирование контактов, шаблоны типовых.

**Управление рабочим временем (тайм-менеджмент).** Планирование и контроль действий, координация работы во времени, система напоминаний и выдачи заданий. Диспетчеризация, рабочее место руководителей подразделений, менеджеров по приему и распределению входящих событий, контроль загрузки сотрудников подразделений с возможностью распределения/перераспределения загрузки между ними.

**Управление бизнес-процессами (BPM).** Подсистема проектирования, публикации и анализа эффективности бизнес-процессов. Готовые бизнес-процессы по работе с клиентами и возможность создания новых, создание регламента работы с клиентами и шаблонов типовых действий, по продаже, сервисному обслуживанию, работы с рекламациями.

**Управление продажами.** Управление стадиями и этапами продажи на основе бизнес-процессов, создание типовых шаблонов действий по продаже, механизм автоматической подготовки коммерческих предложений и договоров, механизм оперативного управления и анализа цикла продаж – «воронка продаж».

**Управление маркетингом.** Выделение статических и динамических сегментов клиентов; управление маркетинговыми кампаниями: планирование и бюджетирование, согласование, проведение и анализ эффективности маркетинговых кампаний (ROI); анкетирование клиентов и партнеров, телемаркетинг, анализ и оптимизация предложения (продуктов и услуг); персонализированные электронные (e-mail, SMS, факс) рассылки и DirectMail; мониторинг активности конкурентов.

**Сервисное и гарантийное обслуживание.** Учет товаров, находящихся на обслуживании: по серийным номерам, срокам и типам обслуживания. Управление сервисными обращениями и заказами клиентов на основе автоматизированных бизнес-процессов.

**База знаний.** Информация по продажам, товарам, конкурентам, сервису доступна непосредственно в CRM-системе; структурирование информации, полнотекстовый поиск по ключевым словам, быстрый доступ к информации с возможностью немедленной пересылки ее клиенту удобным для него способом (e-mail, SMS, факс, DirectMail).

**Облегчение выполнения рутинных операций.** Интеграция с электронной почтой, легкая подготовка отчетов, помощник ввода новых клиентов, автоматическое заполнение коммерческих предложений и договоров на основе информации системы, поиск двойников клиентов, групповая обработка клиентов, передача документов и сделок на другого менеджера, фильтры.

**Юзабилити.** Отображение информации на "рабочих столах", возможность выбора необходимых в работе информационных блоков, скрытие ненужной или избыточной информации, цветовое кодирование информации с возможностью настройки цветовой схемы, всплывающие информационные "Pop-up" баннеры, понятные сотрудникам карты бизнес-процессов.

**Использование Интернет-карт.** Поиск и отображение на интернет-карте местоположения клиентов по адресу.

**Аналитические отчеты.** Многофакторный анализ контактов и продаж, ABC/XYZ анализ продаж и продуктов, анализ состояния работы с клиентами, «воронка продаж», рейтинг работы менеджеров по всем аспектам деятельности, расширенный анализ клиентской базы, анализ эффективности возврата инвестиций в маркетинг (ROI), поэтапный анализ бизнес-процессов и т.д.

**Защита информации.** Разграничение прав доступа к информации для пользователей, обеспечение доступа пользователей только к информации по своим клиентам, совместимость с популярными средствами сетевой инфраструктуры и криптографической защиты.

## Отличия функциональности версий "1С:CRM"

Наименование подсистемы	1С:CRM Базовая	1С:CRM ПРОФ	1С:CRM КОРП
<b>Функционал</b>			
Клиентская база	+	+	+
Управление контактами	+	+	+
Календарь и напоминания	+	+	+
Управление продажами	+	+	+
Управление маркетингом	+	+	+
Рассылки	+	+	+
Анкетирование и опросы	+	+	+
База знаний	+	+	+
E-mail клиент	+	+	+
Поручения	-	+	+
Бизнес-процессы (BPM)	-	+	+
Воронка продаж	-	+	+
Значимые события	-	+	+
<b>Расширенная аналитика по маркетинговым компаниям</b>	-	-	+
<b>Диспетчеризация входящих обращений</b>	-	-	+
<b>Управление проектами (в том числе ресурсами)</b>	-	-	+
<b>Интернет-карты</b>	-	-	+
<b>Интеграция с MICROSOFT Outlook</b>	-	-	+
<b>Возможность интеграции с CallCenter и системой записи телефонных переговоров*</b>	-	-	+
Интеграция с MICROSOFT Word	-	+	+
Интеграция с Open Office	-	+	+
Настраиваемые фильтры рабочего стола	-	+	+
<b>Технические особенности</b>			
Возможность изменения и добавления нового функционала (конфигурирование)	-	+	+
Возможность расширения числа рабочих мест	-	+	+
Распределенные базы данных (репликация)	-	+	+
<b>Инструменты управления производительностью</b>	-	-	+

\*- требуется приобрести дополнительное оборудование и программные продукты.

Стоимость «1С:CRM»: версия ПРОФ 10 800 рублей, версия КОРП **16 200 рублей**. НДС не облагается в связи с применением Упрощенной системы налогообложения.

В комплект поставки программного продукта входит диск ИТС текущего выпуска и **купон на бесплатное обслуживание по линии ИТС на 6 месяцев + 30% скидка на обучение в Учебном Центре АстроСофт.**