

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей ВКР – «ТЕМА».

Слайд 2

Цель работы - запустить информационную систему учета клиентов и договоров, обеспечивающую возможность регистрации и сопровождения клиентов предприятия - CRM- систему.

Слайд 3

Задачи данной работы Вы можете увидеть на данном слайде.

Слайд 4

ООО ТД "Опора-пром-ойл" производит оптовую продажу
Скважинных фильтров.

Проанализировав таблицу , видим, что основными факторами, сдерживающими дальнейшее развитие предприятия являются:

Во-первых, низкое качество маркетинговых исследований и неправильно организованное проведение рекламных кампаний, что в свою очередь препятствует продвижению товара и услуг на рынок.

Во-вторых, слабое развитие системы долгосрочного планирования.

Определяясь со стратегией, следует учесть, что возможности и потенциальные угрозы могут преобразовываться в свою противоположность. Так, к примеру, упущенная возможность может перерасти в угрозу, если ей воспользуется конкурент. Или, напротив, своевременно предотвращенная угроза может дополнительно усилить позиции организации, если конкурент не успел справиться с этой же угрозой.

Слайд 5

Решение ситуации - автоматизация и стандартизация управления отношений с клиентами, т.е. внедрение CRM-системы.

Это решение поможет:

1. Получить общую для компании стандартизированную базу контактов (клиентов, контрагентов);
2. Эффективно осуществлять контроль качества работы отдела продаж в любой момент времени;
3. Получить статистику и аналитику эффективности работы с лидами (входящими звонками, запросами);

4. Планировать повышение качества работы и разрабатывать стратегию развития бизнеса.

Слайд 6

Вид CRM в системе БИТРИКС24 – рисунок на слайде.

Слайд 7

Декомпозиция проекта– рисунок на слайде.

Слайд 8

На основании данных, отображенных в таблице, рассчитаем смету затрат на этапы исследования и разработки программы по статьям затрат.

Расходные материалы и их количество определяются, в соответствии с объемом работ. Данные по ценам на материалы приведены исходя из рыночных цен на текущий момент времени и отображены в таблице.

Слайд 9

В CRM ведется учет всех клиентов и не только. Любая «зацепка» (в Битрикс24 - это «лид»), которая в будущем может стать реальным клиентом, фиксируется. Это может быть email, пропущенный звонок, событие.

Задача менеджера по продажам - определить, кто это и каким из ваших товаров или услуг интересуется этот потенциальный клиент. Когда эта информация появляется, лид конвертируется в контакт и компанию (если клиент представляет юридическое лицо), а затем в сделку (когда намечается продажа).

Работа по указанному сценарию (от лида к контакту и к сделке) в CRM системе Битрикс24 позволяет максимально «дожать» все возможные зацепки и проанализировать эффективность работы отдела продаж.

Внедрение такого типа системы в ООО ООО ТД “Опора-пром-ойл” просто необходимо. Сотрудники ведут учет в бумажном виде, что может привести к потере клиентов. Да и руководителю будет понятнее, какой курс для фирмы выбирать дальше.

Слайд 10

Таким образом, становится очевидно, что качественные CRM-системы востребованы в любой сфере бизнеса.

Все проблемы организации ООО ТД “Опора-пром-ойл” с оттоками средств, с потерей клиентов и многим другим решит система БИТРИКС24. Она будет помогать руководителю понимать, что конкретно происходит в стенах его организации. Ведь он не может присутствовать во всех точках одновременно и следить за всеми работниками разом.

Слайд 11

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.