

1С:ERP Управление предприятием 2



**Управление отношениями с клиентами и
маркетинг в «1С:ERP»**

**Веденисов Михаил,
Менеджер по работе с ключевыми клиентами
Фирма «1С»**



Подсистема управления отношениями с клиентами и маркетинг

Основные принципы

- Стандартизация бизнес-процессов, связанных с взаимодействием с клиентами
- Объединение всей клиентской информации в единую базу и организация оперативного доступа к ней
- Согласованность и прозрачность работы всех фронт-офисных подразделений компании
- Централизованное управление возможными каналами взаимодействия с клиентами, оценка эффективности маркетинговых и рекламных акций

Эффект от использования:

- Повышение качества и оперативности работы с клиентами
- Повышение эффективности продаж
- Обеспечение прозрачности управления
- Повышение лояльности клиентов и сотрудников
- Снижение издержек



Основной функционал подсистемы CRM и маркетинга

- Регистрация клиентов в системе
- Работа с клиентами и управление сделками
- Сегментация партнеров (клиентов) и номенклатуры
- Регистрация и обработка претензий клиентов
- ABC, XYZ – анализ, BCG – анализ
- Расширенный анализ показателей работы менеджеров
- Сбалансированная система аналитической и оперативной отчетности
- Ведение маркетинговых мероприятий, отслеживание каналов рекламного воздействия



Взаимосвязи объектов подсистемы CRM





Управление отношениями с клиентами

Регистрация клиентов:

- Регистрация всех контактов (взаимодействий) с клиентом.
- Работа с различными структурами компаний:
 - сетевые магазины (несколько магазинов работают от имени одного юридического лица);
 - холдинг (множество юридических лиц).
- Подробная информация о клиенте (контакты, объем продаж и т. д.).

Электромаркет - сеть магазинов (Партнер)

Главное Взаимодействия Взаимосвязи Договоры Договоры лизинга Документы

Записать и закрыть Записать Создать на основании Взаимодействия

Общая информация Дополнительно Адреса, телефоны Дополнительная информация

Юр./Физ. лицо: Код: Дата регистрации: 10.06.

Публичное наименование:

Рабочее наименование:

Клиент Поставщик Конкурент Прочие отношения



Регистрация взаимодействий в системе

Типы возможных взаимодействий:

- Встреча
- Запланированное взаимодействие
- Телефонный звонок
- Сообщение SMS
- Электронное письмо

Каждое взаимодействие содержит следующую ключевую информацию:

- Ответственный (субъект) – инициатор взаимодействия
- Контакт (объект) – с кем выполняется взаимодействие
- Предмет – бизнес-процесс, для которого выполняется взаимодействие



Предмет взаимодействия

Телефонный звонок (создание) *

Предмет позволяет связать взаимодействия с объектами системы

Дата звонка: 21.10.2015 0:00:00 Входящий

Абонент: Смирнов Олег Иванович

Как связаться: По телефону

Предмет: Бизнес-форум 1С:ERP 2015

Ответственный: Орлов Алекс

Выбор типа данных

- Встреча
- Входящее электронное письмо
- Запланированное взаимодействие
- Исходящее электронное письмо
- Маркетинговое мероприятие**
- Претензия клиента
- Проект
- Сделка с клиентом
- Сообщение SMS
- Телефонный звонок

Маркетинговые мероприятия

Выбрать Поиск (Ctrl+F) Еще ?

Наименование	Код
Акция: Распродажа бытовой техники	00.00000002

Сделки с клиентами

Выбрать Создать Найти... Отменить поиск

Наименование	Клиент	Потенциал	Дата
Продажа вентиляторов	Ассоль	884,70	03.03.20...
Продажа пылесосов	Альтаир	884,70	03.03.20...
Продажа телевизоров	Протон	884,70	03.03.20...
Продажа товаров в магазины сети "В...	Все для дома Ма...	10 000,00	03.03.20...
Продажа товаров в магазины сети То...	Торговый дом "С...	5 000,00	03.03.20...
Покупка кондиционеров	Видео маркет	707,76	07.04.20...



Система выдачи и контроля задач, заметок, напоминаний

Задания

Автор: Орлов Александр Владимирович Исполнитель:

Показывать завершенные задания Показывать остановленные

Создать Найти... Отменить поиск Остановить Продолжить Еще ?

!	⊙	Номер	Дата	Задание	Срок исполнения	Завершено
↓	✎	00-00000001	20.10.... 14:20:37	Проверить демо-базу	22.10.2015 23:59:59	
		00-00000002	20.10.... 14:23:04	Узнать, что с клиентом Kikinda (Сербия)	21.10.2015 23:59:59	
!	✎	00-00000003	20.10.... 14:23:45	Удалить запись Kikinda (Сербия)	22.10.2015 23:59:59	

Все заметки

Цвет: Предмет:

Создать Создать группу Найти... От...

Тема	Предмет	Дата изменения
разное		
Антивирус?	не задан	20.10.2015

Мои напоминания

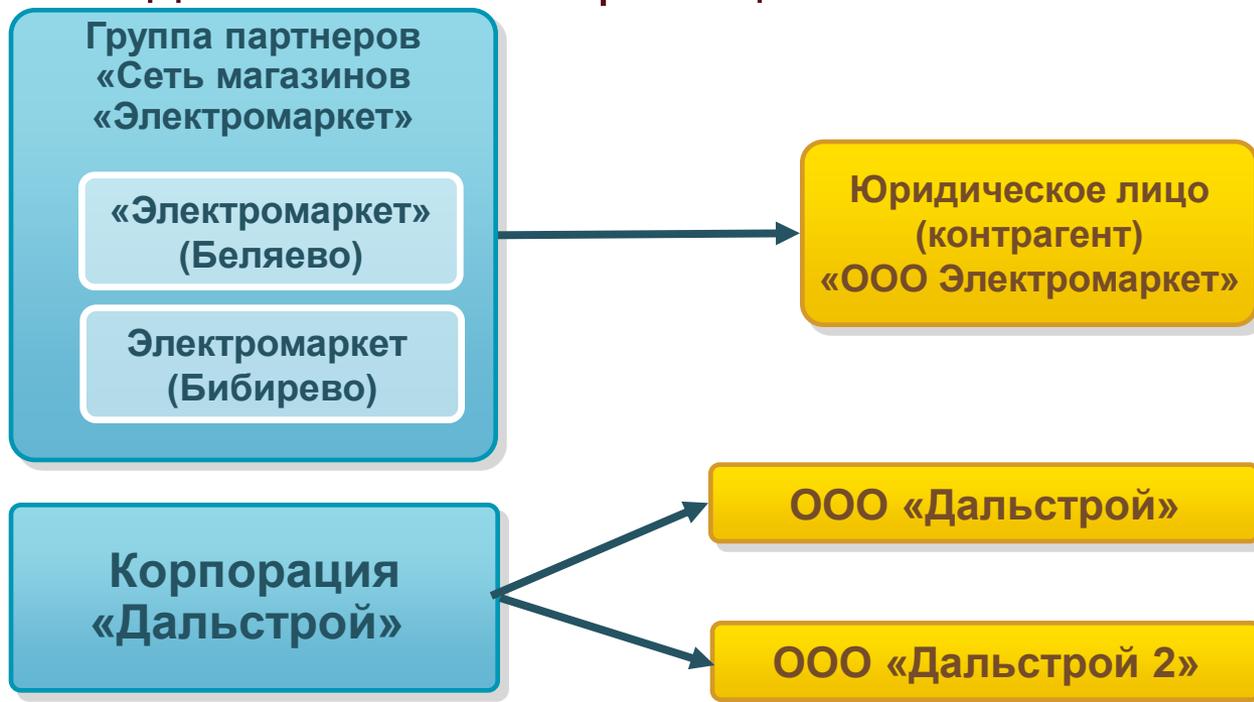
Создать Изменить Удалить Еще ?

Срок напоминания	Описание	Время события ↓	Источник
20.10.2015 15:30:35	Позвонить на ЛК	20.10.2015 15:30:35	не задан



Регистрация клиента в системе

- В системе предусмотрена возможность работы с сетевыми магазинами работающими от одного юр. лица (головного офиса) и холдингами/корпорациями в состав которого входят несколько юр. лиц





Регистрация (партнёра) клиента в системе

🏠 ⬅️ ➡️ ☆ Дальстрой 2 (Партнер)

Главное Взаимодействия Взаимосвязи Договоры Договоры лизинга Документы История клас

Записать и закрыть Записать Создать на основании Взаимодействия Отчет

Общая информация Дополнительно Адреса, телефоны Дополнительная информация

Юр./Физ. лицо: Компания Код: 00-00000036 Дата регистрации: 21.10.2015

Публичное наименование: Дальстрой 2

Рабочее наименование: Дальстрой 2

Клиент Поставщик Конкурен Прочие отношения

Обслуживается торговыми представителями Перевозчик

Дата рождения: . . Пол: . . .

Головное предприятие: Дальстрой Группа доступа: Оптовые покупатели

Основной менеджер: Орлов Александр Владимирович Бизнес-регион: . . .

Шаблон этикетки: . . .

Первичный интерес:

Канал: Выставки Источник: Акция: Распродажа бытовой техники

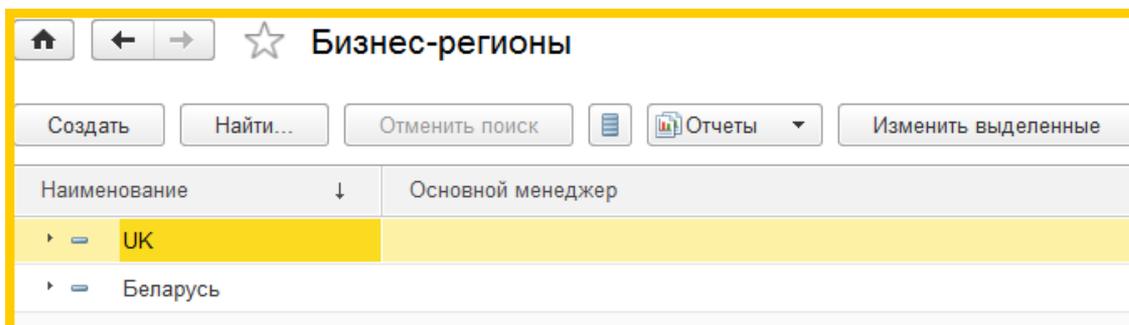
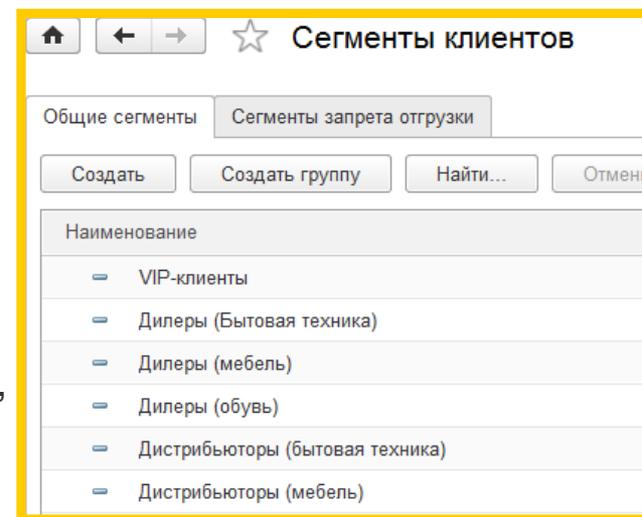


Сегментация клиентов (партнёров) и бизнес-регионы

- **Сегменты** – группы клиентов (партнеров), объединенные по произвольному набору признаков с настраиваемым представлением списка.

Использование сегментов партнеров:

- Для определения правил обслуживания партнеров,
 - Анализа эффективности работы с клиентами по произвольному набору признаков,
 - Создания целевых групп маркетинговых мероприятий,
 - Упрощения обслуживания базы партнеров.
- **Бизнес-регионы** - список бизнес-регионов, в которых может вестись деятельность предприятия для аналитики





Проведение сделок. Воронка продаж



Управление сделками

- Управление сделками позволяет регламентировать процесс продаж.
- Поддерживаются три типа сделок:
 - использование процессов продаж, управляемых бизнес-процессами,
 - без использования процессов продаж,
 - использование процессов продаж, управляемых «вручную».
- Результаты работы по сделке:
 - хранение всех документов (в том числе и взаимодействий с клиентом),
 - фиксация выигрыша или проигрыша сделки с указанием причины,
 - контроль результатов выполнения сделки.



Тип сделки «Типовая продажа»

Продажа телевизоров (Сделка с клиентом)

Главное Взаимодействия Документы по ... Окружение сделки План проекта Файлы Еще...

Записать и закрыть Записать Создать на основании

Клиент: **Протон** Соглашение: Оптовые продажи (предоплата)

Общая информация Участники Первичный спрос (1)

Наименование: Продажа телевизоров Код: 00-00000003

Ответственный: Федоров Борис Михайлович Начало: 03.03.2015 Окончание: 06.04.2015

Потенциал: 884,70 USD Вероятность: 80

Первичный интерес

Канал: Выставки Источник: Выставка "Мир бытовой техники" -2015

Состояние

Статус: Выиграна Закрыта Причина проигрыша:

Вид сделки: Типовая продажа [Карта маршрута бизнес-процесса](#)

Этап: [Выполнение обязательств](#)

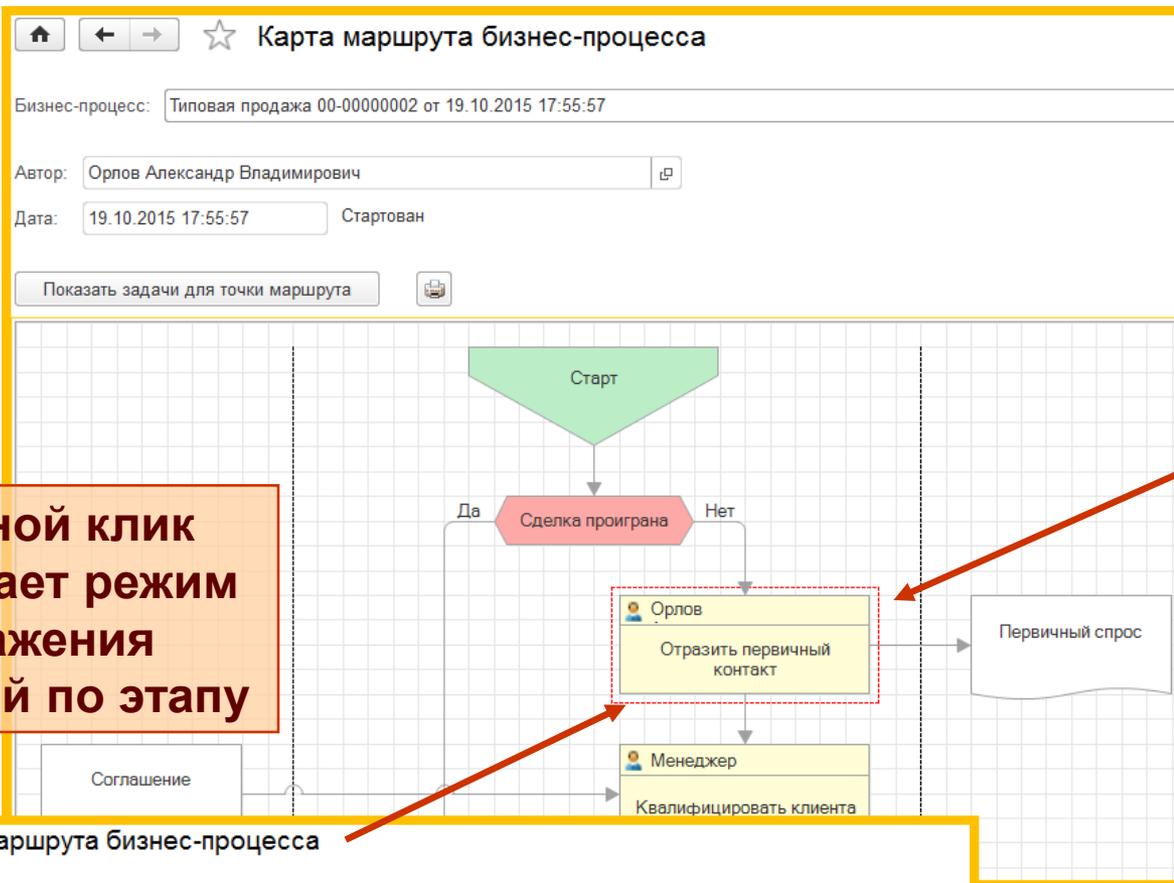
Обособленный учет товаров по сделке

Описание		Этапы процесса	
<input type="button" value="Добавить"/>			
1	Первичный контакт		
2	Квалификация клиента		
3	Формирование предложения		
4	Презентация		
5	Согласование условий		
6	Подготовка к выполнению обязательств		
7	Выполнение обязательств		

Интерактивная карта бизнес-процесса позволяет нам понять в какой стадии сделки мы находимся и регистрировать движение по сделке



Этапы «Типовой продажи»



Двойной клик открывает режим отражения действий по этапу

Текущий этап

Задачи по точке маршрута бизнес-процесса

Бизнес-процесс: Типовая продажа 00-00000002 от 19.10.2015 17:55:57

Точка маршрута: Отобразить первичный контакт

Найти... Отменить поиск К исполнению Перенаправить... Создать на основании Ещё

?	Задача	Номер	Исполнитель	
⊙	Автор	Записана	Срок ↓	Выполнена
📄	Отразить первичный контакт по сделке чт...	00-00000002004	Орлов Александр Владимирович	
	Орлов Александр Владимирович	19.10.2015 17:55:57	21.10.2015 1...	



Сделки с ручным переходом по этапам

🏠 ⬅️ ➡️ ☆ Покупка кондиционеров (Сделка с клиентом)

[Главное](#) [Взаимодействия](#) [Документы по ...](#) [Окружение сделки](#) [План проекта](#) [Файлы](#) [Еще..](#)

Записать и закрыть ?

Клиент: Соглашение:

Общая информация **Участники (1)** Первичный спрос (1)

Наименование: Код:

Ответственный: Начало: 07.04.2015 Окончание: 07.04.2015

Потенциал: USD Вероятность:

Первичный интерес

Канал: Источник:

Состояние

Статус: Причина проигрыша:

Вид сделки:

Этап: [Первичный контакт](#)

Обособленный учет товаров по сделке

Этапы процесса продажи

 ?

	Этап процесса продажи	Начало	Окончание
	Первичный контакт	07.04.15	07.04.15
	Квалификация клиента		
	Формирование предложения		
	Выполнение обязательств		

Текущий этап сделки

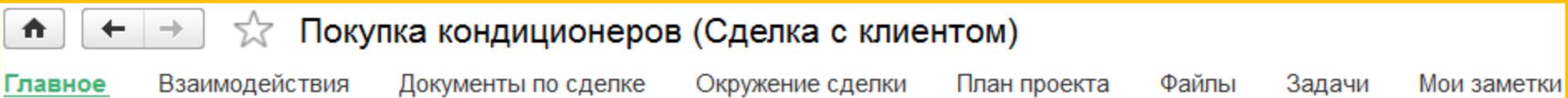




Дополнительная информация по сделкам

Сделки позволяют аккумулировать и выводить следующую информацию:

- Контактную информацию
- Взаимодействия
 - Встречи
 - Телефонные звонки
 - Электронная переписка
 - СМС
 - Запланированное взаимодействие
- Документы по сделке
- Присоединенные файлы
- Окружение сделки (связи участников сделки)
- Задачи по сделке
- Состав продажи
- Анализ цен продажи





Отчеты по сделкам

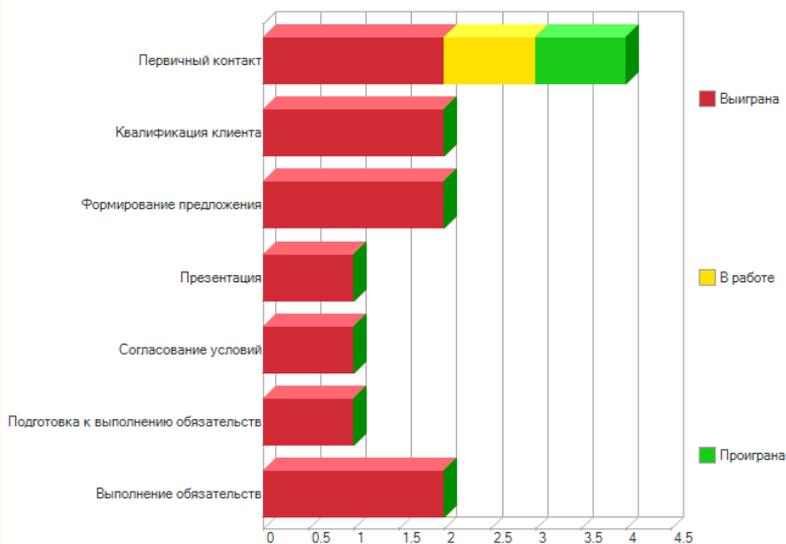
Воронка продаж

Параметры: Период: 01.01.2014 - 31.12.2014

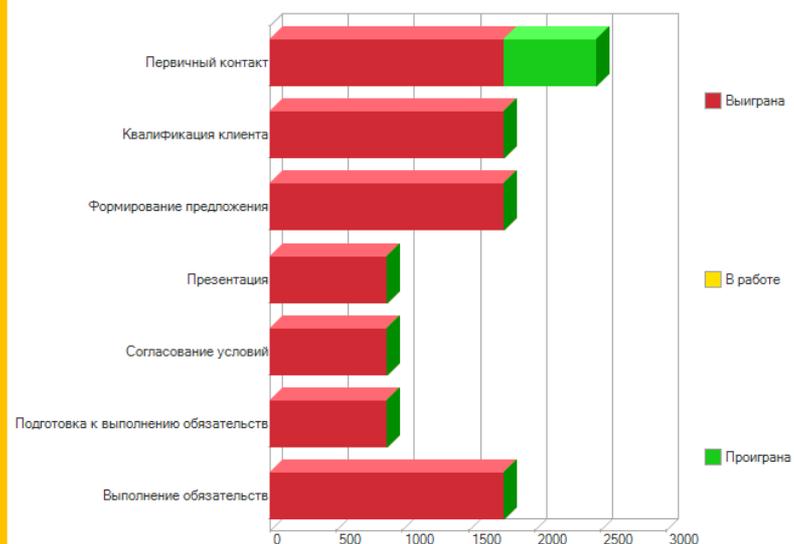
Отбор: Непомеченные на удаление

Этап процесса	В работе		Выиграно		Проиграно		Продолжительность, дней
	Количество этапов сделок в работе	Потенциал в работе	Количество выигранных этапов сделок	Выигранный потенциал	Количество проигранных этапов сделок	Проигранный потенциал	
Первичный контакт	1		2	1 769,4	1	707,76	8,50
Квалификация клиента			2	1 769,4			
Формирование предложения			2	1 769,4			
Презентация			1	884,7			
Согласование условий			1	884,7			
Подготовка к выполнению обязательств			1	884,7			
Выполнение обязательств			2	1 769,4			

Количество сделок



Потенциальная сумма продаж





Отчеты по сделкам

Эффективность сделок

Параметры: Период: 01.01.2015 - 31.12.2015

Статус	Количество сделок	Потенциальная сумма продажи
В работе	3	15 000,00
Выиграна	3	2 654,10
Проиграна	1	707,76

Сделки в работе и выигранные

Вид сделки		В работе		
Сделка	Ответственный	Количество сделок	Доля в количестве, %	Потенциальная сумма продажи
Клиент	Соглашение с клиентом			
Долгосрочные проекты		2	66,67	15 000,00
Продажа товаров в магазины сети "Все для дома"	Федоров Борис Михайлович	1	50,00	10 000,00
Все для дома Магазин	Сетевые магазины (комиссия)	1	100,00	10 000,00
Продажа товаров в магазины сети Торговый дом "Сигма"	Федоров Борис Михайлович	1	50,00	5 000,00
Торговый дом "Сигма"	Дистрибьюторское (обувь)	1	100,00	5 000,00
Обособленный учет по сделкам		0		0,00
Продажа пылесосов	Лазуренко Илья Николаевич	0		0,00
Альтаир	Оптовые продажи (предоплата)	0		
Произвольная продажа		0		
Покупка кондиционеров	Федоров Борис Михайлович	0		
Видео маркет	Видео маркет	0		
Продажа вентиляторов	Федоров Борис Михайлович	0		
Ассоль	Оптовое (кредит)	0		
Типовая продажа		1		
Продажа телевизоров	Федоров Борис Михайлович	0		
Протон	Оптовые продажи (предоплата)	0		
что-то продаём	Орлов Александр Владимирович	1		
Альтаир	ДС Продажи инструментов	1		

Причины проигрыша сделок

Отбор: Причина проигрыша сделки Равно "Проигрыш конкуренту" И Не удаленные сделки

Причина проигрыша сделки	Количество проигранных сделок	Потенциальная сумма продажи
Проигрыш конкуренту	1	707,76
Итого	1	707,76



Маркетинговые мероприятия



Схема бизнес процесса





Регистрация маркетингового мероприятия

Выставка "Мир бытовой техники" -2015 (Маркетинговое мероприятие)

[Главное](#) [Взаимодействия](#) [План проекта](#) [Файлы](#) [Задачи](#) [Мои заметки](#)

Записать и закрыть

Записать



Создать на основании

Взаимодействия



Еще



Наименование:

Выставка "Мир бытовой техники" -2015

Код: 000000001

Плановая дата начала:

15.04.2015



Дата начала:

..



Плановая дата окончания:

19.04.2015



Дата окончания:

..



Сегмент клиентов:

Оптовые клиенты



Сегмент номенклатуры:

Бытовая техника



Партнеры и контактные лица

Добавить

Еще

Партнер	Роль партнера	Контактное лицо	Комментарий
Альтаир	Клиент	Сидоров Иван Петрович	
Сатурн	Клиент	Романов Иван Алексе...	
Икар	Клиент	Петров Олег Семенович	
Омега -Центр	Клиент	Савельев Иван Алексе...	

Ответственный:

Соколов Михаил Васильевич



Завершено



Каналы рекламных воздействий

- Используются для регистрации первичного интереса
 - при вводе нового клиента
 - при оформлении сделки с клиентом

The screenshot displays the 'Каналы рекламных воздействий' (Channels of Advertising Impacts) section in the 1C software. The main table lists two channels: 'Выставки' (Exhibitions) with the type 'Маркетинговое мероприятие' (Marketing event) and 'Сеть магазинов' (Store network) with the type 'Партнер' (Partner).

An inset window titled 'Канал рекламного воздействия (создание) (1С:Предприятие)' (Channel of advertising impact (creation) (1C:Enterprise)) is open, showing the 'Канал рекламного воздействия (создание) *' (Channel of advertising impact (creation) *) form. The form has tabs for 'Главное' (Main), 'Задачи' (Tasks), and 'Мои заметки' (My notes). The 'Наименование' (Name) field contains '1С:Бизнес-форум 2015'. The 'Тип воздействия' (Impact type) dropdown menu is open, showing a list of options: 'Маркетинговое мероприятие' (Marketing event), 'Пользователь' (User), 'Партнер' (Partner), 'Контактное лицо' (Contact person), and 'Физическое лицо' (Physical person). The 'Маркетинговое мероприятие' option is currently selected.



Рассылки и оповещения клиентам

Доступны:

- Группы рассылок и оповещений
- Виды оповещений
- Шаблоны оповещений

Маркетинговая акция "Отмечаем юбилей" (Группа рассылок и оповещений)

Главное | Виды оповещений | Подписчики | Рассылки клиентам

[Записать и закрыть](#) | [Записать](#) | [Подписчики и адресаты](#) | [Еще](#) | [?](#)

Наименование:

Сообщения будут отправляться:
 согласно подпискам принудительно

Рассылки и оповещения будут отправляться согласно настройкам подписок. Виды контактной информации, указанные в данной форме будут использованы как значения по умолчанию и могут быть изменены при оформлении подписок.

Адресация | Описание

Отправлять Email Учетная запись: ... [☰](#)

Определять адрес по виду контактной информации:
для партнера: ... для контактного лица: ...

Отправлять SMS

Определять телефон по виду контактной информации:
для партнера: для контактного лица: ...

! Создание рассылок и оповещений посредством сообщений SMS будет невозможно. В системе не выполнена настройка отправки SMS. [Настроить отpravку SMS](#)

Ответственный: [☰](#) Удалять созданные сообщения через дн.

[Создать рассылку](#) | [Создать вид оповещения](#) | [Создать подписку](#)

Оповещение при изменившемся

Главное | **Файлы**

[Записать и закрыть](#) | [Записать](#) | [Создать на основании](#) ▾

Назначение шаблона:

Тип формирования сообщения: по шаблону внешней обработкой

Вводится на основании:

По шаблону создается: Email SMS

Параметры шаблона: Тема письма:

Представление	
Дополнительная информация	Текст письма:
Укажите заказ клиента	Добрый день, #ПредставлениеПартнера#.
	По вашему заказу #ПредставлениеЗаказа# измен Текущий статус заказа : #СтатусЗаказа#.
	----- Номенклатура
	----- #ТаблицаНоменк

	#ДополнительнаяИнформация#
	#Картинка1#



Оценка эффективности маркетинговых мероприятий

Первичный интерес

Период: Год 2015 - этот год

Сформировать Настройки... Варианты отчета Найти

Первичный интерес

Параметры: Период: 01.01.2015 - 31.12.2015

По типам источников

Тип источника	Количество сделок	Количество различных партнеров
Маркетинговое мероприятие	5	4
Клиент	1	1
Итого	6	5

По каналам первичного интереса

Канал первичного интереса	Количество сделок	Количество различных партнеров
Выставки	5	4
Сеть магазинов	1	1
Итого	6	5

По источникам первичного интереса

Источник первичного интереса	Количество сделок	Количество различных партнеров
Выставка "Мир бытовой техники" -2015	3	3
Акция: Распродажа бытовой техники	1	1
Выставка "Электронный мир"	1	1
Диваны и кровати (магазин)	1	1
Итого	6	5

Система отчетности позволяет отслеживать эффективность маркетинговых мероприятий



Претензионная работа



Претензионная работа

Претензии клиентов предназначены для регистрации обращений клиентов по конфликтным и спорным ситуациям. Программа позволяет отслеживать все этапы работы с претензией клиента, начиная с момента регистрации до момента завершения работ по претензии. Программа позволяет создавать план работ по претензии с фиксацией результатов работы по каждому этапу.

Дата регистрации	Дата оконча...	Статус	Наименование
06.04.2015 0:00:00	06.05.2015 1...	Удовлетворена	Претензии по обслуживанию
03.04.2015 12:18...	30.04.2015 1...	Удовлетворена	Претензии по обслуживанию
04.05.2015 0:00:00	12.05.2015 1...	Не удовлетворена	Претензия по качеству товара
11.04.2015 12:31:...	14.04.2015 1...	Удовлетворена	Претензия по качеству товара
02.04.2015 18:04...	12.04.2015 1...	Не удовлетворена	Претензия по качеству товара
12.05.2015 18:05...		Зарегистрирована	Претензия по качеству товара
01.05.2015 0:00:00	10.05.2015 0...	Удовлетворена	Претензия по качеству товара
02.04.2015 8:11:01	12.04.2015 1...	Удовлетворена	Претензия по качеству товара
02.05.2015 18:11:...	12.05.2015 1...	Не удовлетворена	Претензия по качеству товара
02.05.2015 18:02...	05.05.2015 1...	Удовлетворена	Срыв сроков поставки
10.03.2015 18:07...	20.03.2015 1...	Удовлетворена	Срыв сроков поставки



Претензионная работа

Претензия по качеству товара (Претензия клиента)

Главное Взаимодействия План проекта Файлы Задачи Мои заметки

Записать и закрыть Записать Создать на основании Еще ?

Статус: Не удовлетворена

Основное Результаты рассмотрения Участники

Основание:

Клиент: Алхимов А.А.

Наименование: Претензия по качеству товара

Описание претензии: Претензия от клиента по качеству товара.

Причина возникновения: Испорченный товар Ответственный: Волков Андрей Иванович

Виновное подразделение: Отдел закупок торгового направл... Дата регистрации: 04.05.2015 0:00:00

Виновный сотрудник: Петров Станислав Игоревич Дата окончания: 12.05.2015 18:00:09

Комментарий:

Текущий статус отработки претензии

Описание самой претензии

Классификация причин возникновения претензий

Подразделение, по которому зафиксирована претензия



Аналитическая и оперативная отчетность



ABC и XYZ анализ

Классификация:

- ABC/XYZ классификация

Параметры классификации клиентов

Выполнять классификацию

- По выручке
- По валовой прибыли
- По количеству документов продаж

ABC классификация

Период: Количество периодов:

По данным за период: четыре предыдущие недели.

XYZ классификация

Период: Количество периодов: Подпериод:

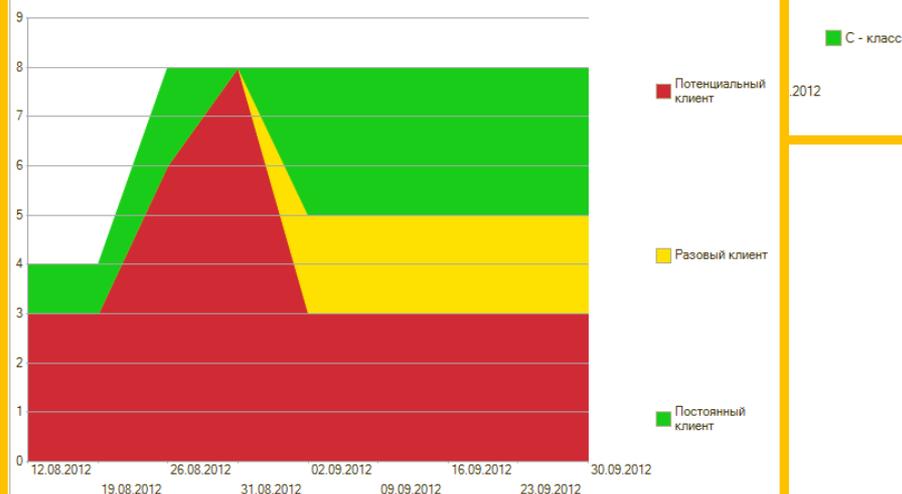
По данным за период: четыре предыдущие недели (по дням).

OK

ABC классификация Выручка по параметру



XYZ классификация по Валовая прибыль параметру



- Набор необходимой отчетности для анализа



BCG анализ

Комплексный анализ клиентской базы на основе ABC/XYZ-классификации клиентов по одному из параметров: выручка, валовая прибыль или количество продаж.



Потенциальные:

ABC/XYZ распределение

	А-класс	В-класс	С-класс	Потерянные
Х-класс		1	1	
У-класс		1		
Z-класс	1		1	
Потерянные				

Изменения ABC

		текущая классификация			
		А-класс	В-класс	С-класс	Потерянные
предыдущая класс-я	А-класс	1			
	В-класс		2		
	С-класс			2	
	Потенциальные				
	Потерянные				

Изменения XYZ

		текущая классификация			
		Х-класс	У-класс	Z-класс	Потерянные
предыдущая класс-я	Х-класс	2			
	У-класс		1		
	Z-класс			2	
	Потенциальные				
	Потерянные				

Изменения к худшему
 Изменения к лучшему
 Без изменений



Анализ показателей работы менеджеров

Сделки в работе и выигранные

Вид сделки		В работе				Выиграна			
Сделка	Ответственный	Количество сделок	Доля в количестве, %	Потенциальная сумма продажи	Доля в потенциальной сумме продажи, %	Количество сделок	Доля в количестве, %	Потенциальная сумма продажи	Доля в потенциальной сумме продажи, %
Партнер	Соглашение с клиентом								
Произвольная продажа		1	25,00	70 000,00	4,76	1	100,00	2 000 000,00	100,00
Продажа метизов и инструмента	Кострова Вера Борисовна	1	100,00	70 000,00	100,00	0		0,00	
Группа Альфа		1	100,00	70 000,00	100,00	0		0,00	
Продажа метизов и инструмента		0		0,00		1	100,00	2 000 000,00	100,00
Про-оборудование (дилер)		0		0,00		1	100,00	2 000 000,00	100,00
Типовая продажа		3	75,00	1 400 000,00	95,24	0		0,00	
Продажа метизов и инструмента	Орлов Михаил Васильевич	1	33,33	200 000,00	14,29	0		0,00	
Ассоль ООО		1	100,00	200 000,00	100,00	0		0,00	
Продажа метизов и инструмента	Булочкина Анна Петровна	1	33,33	200 000,00	14,29	0		0,00	
Ассоль ООО		1	100,00	200 000,00	100,00	0		0,00	
Продажа оборудования	Гясов Мурат Фаритович	1	33,33	1 000 000,00	71,43	0		0,00	
Петрович		1	100,00	1 000 000,00	100,00	0		0,00	

Проигранные сделки

Ответственный		Проиграна			
Вид сделки	Соглашение с клиентом	Количество сделок	Доля в количестве, %	Потенциальная сумма продажи	Доля в потенциальной сумме продажи, %
Сделка					
Партнер					
Кострова Вера Борисовна		1	100,00	300 000,00	100,00
Долгосрочные проекты		1	100,00	300 000,00	100,00
Оптовые продажи розничной сети		1	100,00	300 000,00	100,00
		1	100,00	300 000,00	100,00



Аналитическая и оперативная отчетность

Проведение сделок

Валовая прибыль по сделкам

По каким видам сделок и сделкам больше всего продаж клиентам?

Вероятностный прогноз выигрыша этапов сделок

Какая вероятность выигрыша сделок?

Воронка продаж

Какова эффективность каждой стадии воронки продаж?

Первичный интерес

Сравнение источников первичного интереса.

Первичный спрос

Каковы основные причины неудовлетворенности клиентов?
По каким сделкам спрос был удовлетворен?

Причины проигрыша сделок

Какие причины привели к проигрышу сделок?
У каких менеджеров?
С какими клиентами?

Эффективность сделок

Какое количество сделок выиграно?
На какую потенциальную сумму продаж?

Ассортимент

ABC/XYZ-анализ номенклатуры

Какие товары хорошо и стабильно продаются?
Какие имеют низкий товарооборот и продаются нестабильно?

Анализ исполнения ассортимента

Соответствует ли количество товаров заявленному?
- по вводу в ассортимент,
- по наличию в магазинах?

Динамика ассортимента и продаж

Как изменяется наполнение ассортимента?

Текущая наполненность ассортимента

Какова роль, стадия жизни товара?
В каких форматах магазинов товар представлен?

Текущие квоты ассортимента

Какие квоты действуют на товары?

Анализ клиентской базы

Анализ зависимости от клиентов (ABC)

Контроль соблюдения требований ассортиментной политики.
Какие квоты назначены на товары? Какие товары представлены в магазинах?

Анализ лояльности клиентов (XYZ)

Какие клиенты покупают стабильно?
Какие клиенты являются разовыми?

Матрица BCG

Комплексный анализ клиентской базы на основе ABC/XYZ-классификации клиентов.
С какими клиентами перспективно работать?

Сравнение сегментов клиентов

Сколько клиентов в сегментах?
Какой объем продаж по сегментам?
Какое количество сделок и их состояние.

1С:ERP Управление предприятием 2



**Управление отношениями с клиентами и
маркетинг в «1С:ERP»**

**Веденисов Михаил,
Менеджер по работе с ключевыми клиентами
Фирма «1С»**