

УДЕ 338.2

## **ПОНЯТТЯ CRM СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ**

**Вернік К.Л.**

**Науковий керівник – доц. каф. «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності», канд. екон. наук Кірсанова В.В.**

Мета тез - визначення поняття терміна CRM, стратегії CRM, її основних функцій і переваг використання.

Термін Customer Relationship Management можна перевести, як “управління взаємовідносинами з клієнтами”. Основна мета стратегії CRM передбачає створення в компанії таких механізмів взаємодії з клієнтами, при яких їх потреби є найвищим пріоритетом для підприємства.

До основних функцій CRM-систем відносять: управління контактами, управління продажами, скорочення витрат, збільшення обсягу продажів, продажі по телефону (telemarketing / telesales), управління часом, підтримку і обслуговування клієнтів, автоматизацію маркетингу, підвищення функціональності для вищого керівництва.

Використання компанії стратегій CRM сприяє:

1. У відділі продажів: збільшенню прибутку, підвищенню точності прогнозування продажів, зниженню витрат, підвищенню продуктивності співробітників.
2. У відділі маркетингу: розширенню каналів маркетингу за рахунок використання мережі Інтернет.
3. У відділі підтримки клієнтів: зниженню витрат на службу підтримки, поліпшенню якості сервісу.

## Література

1. Що дає впровадження CRM технологій (по матеріалам компанії Компанії Sputnik Labs, CRM-online)/Незалежний CRM-портал. – Режим доступу:  
<http://www.crmonline.ru/crm/advantages/>