

АНАЛИЗ РЫНКА CRM-СИСТЕМ И ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОГО ВАРИАНТА

Актуальность внедрения и освоения бизнесами разного рода инноваций с каждым годом возрастает. Одними из основных инноваций являются быстро развивающиеся CRM-системы, которые становятся обязательным элементом для успешного развития бизнеса.

На сегодняшний день на рынке представлено большое количество CRM-систем, следует выбирать вариант, который будет оптимален для выбранной отрасли, масштаба организации и других факторов, описанных в таблице.

Достоинства и недостатки самых известных CRM-систем

CRM-система	Достоинства	Недостатки
1	2	3
«Битрикс24»	Есть готовые CRM-системы по отраслям бизнеса, рейтинг клиентов, инструмент продажи через социальные сети и мессенджеры, большой выбор тарифов	Сложность работы, не подходит для малого бизнеса (избыточна), нет тестового периода
SendPulse CRM	Простота работы, возможность использования разных каналов коммуникации, круглосуточная служба поддержки	Можно настроить только одну воронку продаж, не предусмотрена функция управления документами
ELMA365	Детальная проработка всех этапов работы, быстрая настройка благодаря low-code-технологиям	Больше подойдет для среднего и крупного бизнеса, для малого бизнеса функционал избыточен
AmoCRM	Низкая цена, простой интерфейс, есть телефония, есть тестовый период, хорошо проработана система взаимодействия с клиентом, широкая возможность интеграции с различными сервисами	Не подойдет компаниям, не ориентирующимся на массовые продажи (избыточна). Не подойдет слишком крупным — не сможет автоматизировать бизнес-процессы

1	2	3
«Мегаплан»	Неограниченное облачное хранилище, хорошо проработанный документооборот, хорошая интеграция с другими сервисами	Сложный интерфейс, плохая реализация отчетов
1С:CRM	Интеграция с учетными программами 1С, выгодная цена, широкий комплект функций, предназначенных для малого предпринимательства	Сложный интерфейс, много избыточной информации

Источник: собственная разработка.

Исследование показало, что к самым бюджетным системам можно отнести AmoCRM, «Мегаплан» и 1С:CRM. Самой функциональной системой является «Битрикс24». Если на первом месте стоит простота использования, то стоит выбрать AmoCRM или «Мегаплан».

А. А. Никитина

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. В. Стасюкевич

РЕКЛАМНАЯ ИГРА КАК ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО СТИМУЛИРОВАНИЯ СПРОСА

В настоящее время торговые организации используют различные средства стимулирования потребительского спроса. Одним из действенных способов повышения покупательской активности населения является проведение рекламных игр, которые организуются с целью стимулирования реализации товаров (работ, услуг). Участники рекламной игры, выполнившие условия, установленные проводящей это мероприятие организацией (организатором акции), получают денежные призы и подарки.

В Республике Беларусь наиболее известной рекламной игрой является игра «Удача в придачу!», которую проводит сеть магазинов «Евроопт» ООО «Евроторг». В рекламной игре могут принять участие покупатели, которые приобрели акционный товар на 2 руб. в чеке. Как известно, игра «Удача в придачу!» проводится с финансовой поддержкой поставщиков-спонсоров. Благодаря игре продажи «товаров удачи» этих поставщиков увеличиваются в несколько раз, что выгодно как поставщикам, так и сети.