

Описание внедрения

Компания АО «Донау Лаб.Москва» была основана в 1997 году как российский филиал швейцарской компании DONAU LAB ZURICH, имеющей 11 отделений в странах Европы. Наша компания занимается поставкой лабораторного и промышленного оборудования для химической, фармацевтической и пищевой промышленности.

Компания осуществляет комплексные поставки оборудования для оснащения контрольных и исследовательских лабораторий фармацевтической, пищевой и других отраслей. На территории России наши офисы функционируют в Москве и Санкт-Петербурге.

Ранее для ведения учета в нашей компании использовались информационные системы, которые не обеспечивали эффективного выполнения всех поставленных задач, например, Excel. Многие операции приходилось выполнять вручную, не было единого информационного хранилища данных по клиентам и текущему взаимодействию с ними. Руководство не получало оперативной информации о деятельности отделов продаж и маркетинга, склада. Нам требовалась новая информационная система, которая позволила бы организовать качественное ведение управленческого учета.

Мы планировали вести все проекты в единой базе, что позволило бы нам отслеживать историю работы с клиентом, контролировать работу менеджеров по открытым проектам и многое другое. Была необходимость повысить эффективность ряда внутренних процессов, например:

- процесс согласования ценообразования;
- процесс ведения клиентской базы;
- процесс контроля работы отдела продаж;
- процесс управления маркетингом;
- процесс размещения заказов поставщикам (в частности консолидацию грузов) и т.п.

Для создания такой системы было выбрано решение «БИТ.CRM 3 для 1С: Управление торговлей 11». Теперь мы уверенно можем сказать, что этот выбор полностью оправдал наши ожидания. В ходе проекта типовое решение было адаптировано под бизнес-процессы организации, разработаны дополнительные отчеты для руководства по показателям работы менеджеров, разработаны механизмы управления маркетингом и продажами.

В качестве исполнителя проекта была выбрана компания "1С:Первый БИТ", как высокопрофессиональный и надежный партнер, обладающий большим опытом автоматизации предприятий различных отраслей.

В ходе внедрения были выявлены и решены следующие проблемы и задачи:

1. Разрозненность хранения информации о клиентах и их контактных данных.

Теперь наша система позволяет регистрировать не только ЛИД («холодный контакт»), с необходимым набором информации (имя, телефон и т.п.), но и потенциал существующего клиента (отложенную заинтересованность клиента) в единой информационной базе, гарантируя сохранность данных о клиентах компании. На

основании данных о ЛИДе система способна показать совпадения в клиентской базе и исключить дублирование контрагентов.

2. Отсутствие автоматических рассылок по клиентской базе.
Автоматизация этого процесса значительно уменьшила количество ручных операций сотрудников. Так же сделали в карточке контактного лица и в ЛИДе разбивку ФИО по отдельным полям, чтобы упростить подготовку базы для e-mail рассылок.
3. Отсутствие контроля за ведением сделки.
Создание документа «Коммерческое предложение». В документе, кроме стоимости товара, также учитывается стоимость доставки и установки. На основании документа есть возможность сформировать заказ покупателя. Есть возможность выбрать и добавить в Коммерческое предложение различные дополнительные услуги и товары. Данные функции позволили увеличить количество кросс-продаж нашим клиентам и средний чек по сделке.
4. Отсутствие единых утвержденных шаблонов договоров и оперативного доступа к ним.
Проблема была решена настройкой заполнения встроенных шаблонов договоров прямо в 1С и обеспечением возможности печати договоров, выгруженных в MS Word. Автоматизация договорной работы с клиентами позволила нам снизить риски юридических ошибок, а также повысить лояльность клиентов за счет повышения скорости обслуживания.
5. Отсутствие централизованного управления заказами поставщикам. До внедрения бизнес-процесс управления заказами был недостаточно эффективен, поскольку любой менеджер, разместивший заказ, мог внести в него изменения в любой момент времени, даже когда информация о заказе уже была передана поставщику, а сам заказ уже сформирован и готов к отправке. В итоге был автоматизирован механизм согласования изменений в заказах, благодаря которому сократились издержки на транспортировку и хранение излишков товаров.
6. Низкая исполнительская дисциплина, несоблюдение сроков выполнения задач.
Благодаря отчету «Исполнительская дисциплина» теперь можно проанализировать, сколько задач было выполнено или не выполнено, в срок или просрочено (в разрезе сотрудников и подразделений). Руководитель может проконтролировать своевременность и исполняемость поставленных задач. Система позволяет регистрировать не только факты взаимодействия с клиентами, но и с коллегами, что значительно упрощает бизнес-процессы внутри компании.
7. Отсутствие регламента процесса продажи и работы с ЛИДами;
Процесс продажи у нас описан в системе в виде последовательно выполняемых действий, что позволяет сократить время на обучение новых сотрудников, оптимизировать работу опытных сотрудников и уменьшить ошибки, вызванные человеческим фактором (сотрудник может забыть что-то выполнить, или пропустить обязательный этап).

Юридический адрес: 125047, Москва, ул. Фадеева, дом 7, строение 1, офис 2

Bank: АО "ИНГ Банк Евразия" г.Москва

Расчетный счет

40702810900001001942

Телефон/факс: +7 495 255 33 89

Корреспондентский счет

30101810500000000222

8. Отсутствие анализа упущенной прибыли.

Анализ упущенной прибыли (при работе с ЛИДами и потенциалами или при фиксации первичного спроса в рамках процесса продажи) может способствовать принятию важных управленческих решений (например, расширить продуктовую линейку или направление бизнеса, заключить выгодное сотрудничество и др.).

9. Трудоёмкость план-фактного анализа.

Упрощения процесса план-фактного анализа мы достигли за счет удобных инструментов анализа в виде табличной формы либо графиков, расположенных на рабочем столе руководителя, что позволяет создавать инструменты отслеживания эффективности практически любых показателей, т.к. плановые и фактические значения показателей находятся в одной информационной базе.

10. Сложность измерения эффективности рекламных воздействий.

Теперь при планировании маркетингового мероприятия в системе можно указать его бюджет. В процессе продажи указывается канал привлечения клиента, которым является маркетинговое мероприятие. Таким образом, в системе фиксируются расходы и доходы, связанные с маркетинговым мероприятием и вычисляется процент его эффективности.

Итого, в результате внедрения мы более чем в 2 раза сократили временные затраты сотрудников на различные ручные операции, увеличили оборачиваемость товаров на складе, увеличили средний чек по сделке, получили полноценную клиентскую базу, что привело к увеличению продаж как минимум на 15-20%.

АО «Донау Лаб. Москва»:



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР

Воловик М.Ю.

Юридический адрес: 125047, Москва, ул. Фадеева, дом 7, строение 1, офис 2

Банк: АО "ИНГ Банк Евразия)" г.Москва

Расчетный счет

40702810900001001942

Телефон/факс: +7 495 255 33 89

Корреспондентский счет

30101810500000000222