Глава 1.

История развития CRM.

Зарождение рынка

В 1986 году Пэт Салливан (Pat Sullivan) и Майк Мюней (Mike Muhney) основали компанию Conductor Software. Первый продукт этой компании, система ACT!, коммерческая компьютерная программа для управления контактами, вышла в 1897 году . Эта специализированная программа позволяла продавцам отслеживать развитие взаимоотношений с клиентами, обрабатывать и анализировать информацию об этих взаимоотношениях.[[1]](#footnote-1)

1990-е

В 1993 году Том Сайбел (Tom Siebel) основал компанию Siebel Systems, которая в короткий срок становится доминирующим SFA игроком (sales force automation -автоматизация процесса продаж)-класс систем, который автоматизирует бизнес-процессы сбыта в любой организации[[2]](#footnote-2)). Ранее Сайбел возглавлял подразделение Oracle, компании, основанной в 1977 и специализирующийся на выпуске систем управления базами данных, связующего программного обеспечения и бизнес-приложений (ERP- и CRM-систем, специализированных отраслевых приложений)[[3]](#footnote-3), отвечающее за маркетинг и создание программ для автоматизации продаж. Он попытался предложить свой продукт главе Oracle Ларри Эллисону для покупки, но тут не усмотрел в ней ничего интересного.

В 1995 году появился термин «customer relationship management» (CRM) , который становится одним из наиболее популярных терминов для фронт-офисныхприложений. Некоторые эксперты использовали аббревиатуры CIS (customer information system) и CIM (customer information management), но прижилось в итоге именно определение CRM.

В 1997 году Oracle выходит на CRM рынок с системой Oracle Sales and Marketing (OSM).

Кроме того, ERP вендор (вендор программного обеспечения – компания, которая специализируется на создании или продаже аппаратных средств либо программного обеспечения, разработанного для распространения егo на массовом или нишевых (специализированных) рынках. )[[4]](#footnote-4)Baan приобретает специализированного разработчика Aurum.

В 1998 году компания Siebel покупает Scopus, добавляя к наиболее мощной платформе автоматизации продаж наиболее сильное решение на рынке для колл-центров(Call-центр — это подразделение компании, совершающее исходящее и обрабатывающее входящие звонки, письма, сообщения клиентов.)[[5]](#footnote-5). Становится ясно, что фокус внимания на рынке смещается к комплексным решениям, которых охватывают не только область продаж, но и сервис, а также маркетинговую активность. Одновременно агрессивное вторжение на рынок CRM осуществляет SAP, учреждая SAP Labs специально для исследований и разработок в этой области. Грядет битва за рынок CRM между Siebel и крупнейшими ERP вендорами.

В 1999 году компания Siebel выпускает Siebel Sales Handheld, одно из первых мобильных CRM приложений. последующие годы аналогичный функционал начинают предлагать также и Oracle, SAP и PeopleSoft.

Также, Salesforce.com выходит на рынок как первый вендор Software-as-a-Service(SaaS) ( Software as a service «Программное обеспечение как услуга» — модель продажи программного обеспечения, при которой поставщик разрабатывает веб-приложение и самостоятельно управляет им, предоставляя заказчикам доступ через интернет. Основное преимущество модели SaaS для потребителя состоит в отсутствии необходимости установки, обновления и поддержки программного обеспечения.)[[6]](#footnote-6)CRM. Изначально это решение было воспринято многими как «игрушка» для малого бизнеса. Тем не менее, возможности системы увеличивались и со временем она стала серьезно конкурировать с отраслевыми лидерами типа Siebel Systems.

Кроме того, телекоммуникационный гигант компания Nortel купил компанию Clarify, лидирующего поставщика решений для колл-центров. Комбинация оказалась спасительной для терпящего бедствие сетевого бизнеса Nortel.

2000е: после краха "доткомов"

"Кризис доткомов произошел в США 10 марта 2000 года. Дотком производное понятие от английского dot.com. Dot в переводе с английского означает точка. Com – это домен в системе доменных имен интернет пространства. В своем предназначении он был ориентирован на то, что доменные имена будут принадлежать коммерческим организациям и крупным компаниям.

Впоследствии с развитием всемирной «паутины» подобные ограничения были сняты. Интернет коммерция начала набирать обороты. В эту область начали поступать значительные инвестиции. Индекс NASDAQ до марта 2000 года рос большими темпами и достиг отметки в 5000 пунктов. NASDAQ – это рынок внебиржевого профиля, на котором происходит торговля акциями компаний, специализирующихся на различных интернет-технологиях (сюда можно отнести программное обеспечение, электронику и тому подобное).

Как следствие, акции интернет компаний значительно поднялись в цене. Однако их количество на рынке было ограничено. Предложение не соответствовало превышающему спросу, что неоправданно повлияло на стоимость интернет-компаний. Отметим, что интернет-компании не обладали практически никакими активами, за исключением доменных имен. Возникла необходимость создания методики материальной оценки новых образований. В качестве критериев были приняты численность аудитории портала и времени, которое пользователь тратит на посещение сайта. Естественно, что инвесторы надеялись получить достаточную прибыль с компаний.

Но возложенные надежды не могли оправдаться. Первые интернет компании еще не научились полностью использовать весь потенциал электронной коммерции, реализовывать товары и услуги через интернет в больших объемах. Экономический пузырь рос в размерах. Фондовый рынок перестал питать деятельность интернет-компаний с устойчивым вектором на убыточность. Рухнувший рынок акций перекрыл вливание инвестиций в эту область В результате краха доткомов половина интернет компаний разорились. Выжили лишь немногие, за плечами которых стояли иные источники финансирования или реальный бизнес."[[7]](#footnote-7)

В 2001 году легендарный крах «доткомов» оказал серьезное влияние на рынок CRM систем. Oracle зафиксировала 25% снижение выручки от лицензионных отчислений. Даже такие монстры как Siebel оказались затронуты кризисом: эта компания впервые опубликовала квартальный отчет с отрицательной динамикой выручки.

В феврале 2001 года Пол Гринберг выпустил книгу под названием «CRM at the Speed of Light». Эта книга, сейчас пережившая уже четыре издания, представила идею xRM, расширяющую понимание традиционной CRM.

В 2002 году компания Microsoft выходит на рынок CRM систем с решением Dynamics CRM. Функционал решения изначально был не слишком широк, но основным плюсом системы стала теснейшая интеграция с Microsoft Outlook, так что в итоге корпорации удалось стать серьезным игроком на рынке CRM систем.

В июне 2004 года была основана компания SugarCRM (CRM система с открытым кодом. Платформа позволяет администраторам и разработчикам создавать настраиваемые бизнес-процессы, определять команды, контролировать права доступа к модулям и полям, изменять экраны и страницы, создавать новые модули с использованием сторонних источников данных.)[[8]](#footnote-8) как коммерческий стартап на Sourceforge.org. Позднее появилась облачная версия этого продукта.

В 2007году Salesforce.com(разработчик одноимённой CRM-системы, предоставляемой заказчикам исключительно по модели SaaS, основана в 1999 году)[[9]](#footnote-9) запустила Force.com, облачную среду разработки. Эта платформа позволила компании построить экосистему SaaS партнеров, а также сломать стереотип о том, что облачные решения с трудом кастомизируются.[[10]](#footnote-10)

В 2008 году Comcast запускает @ComcastCares, один из первых примеров масштабного использования социальных инструментов для взаимодействия с клиентами и покупателями. Компании удалось собрать значительный фидбэк(обратная связь с посетителями)[[11]](#footnote-11) в Twitter, а также привлечь медиа к освещению кампании. Другие корпорации последовали примеру, так что очень быстро социальные CRM стали трендом.

В 2009 году самообслуживание в интернете становится ключевыми приоритетом для вендоров SaaS. RightNow приобрела HighLive, платформу для коммуникации с клиентами. Oracle анонсировала интеграцию сервисов InQuira и Oracle CRM OnDemand. Salesforce.com добавила ряд соответствующих функций в Service Cloud.

Наше время.

В 2008-2010 годах соцмедиа-маркетинг начал привлекать внимание организаций, так как использование, например, Facebook начало быстро распространяться по всему миру.

Компании начали признавать силу соцмедиа для привлечения клиентов. С другой стороны клиенты начали видеть способы использования всемирной сети для выражения своих мыслей по поводу компаний. Это привело к тому, что поставщики CRM систем начали разрабатывать и продавать решения, которые могли интегрироваться с соцсетями. Облачные технологии становятся интегрированными в CRM системы, позволяя компаниям платить за использование системы без покупки инфраструктуры. Это сделало CRM более доступным для разных типов организаций.

Компании полностью принимают стратегическую важность CRM, а сами системы становятся все более гибкими и быстрыми. Организации всех размеров, в том числе и малый бизнес, начинают внедрять решения CRM. И уже стало совершенно ясно, что все подразделения в компании должны быть вовлечены в активности по управлению взаимоотношениями с клиентами, не только отдельный департамент (например, продажи). Также стало понятно, что руководство, сотрудники и технология — все востребованы для совместной работы для достижения успеха CRM.

В 2011-2012 годах Социальный CRM активно использовался в B2C( bisness to customer(термин, обозначающий коммерческие взаимоотношения между организацией (Business) и частным, так называемым «конечным» потребителем (Consumer)[[12]](#footnote-12)).Он стал гораздо более интегрирован в системы и подходы управления взаимоотношениями с клиентами.

В 2013 -2015 годах Gartner(американская компания, специализирующаяся на исследованиях рынка информационных технологий.)[[13]](#footnote-13). предсказал, что затраты на CRM для предприятий возрастут во всем мире с 12.9 миллиардов долларов в 2012 г. до 18.4 миллиардов в 2016 г. Так же были предсказаны тенденции увеличении числа облачных CRM для уменьшения общей стоимости владения (ТСО — Total Cost of Ownership(общая величина целевых затрат, которые вынужден нести владелец с момента начала реализации вступления в состояние владения до момента выхода из состояния владения и исполнения владельцем полного объёма обязательств, связанных с владением.)[[14]](#footnote-14)) системы.

Краудсорсинг**(Краудсорсинг - это мобилизация ресурсов разных людей посредством информационных технологий с целью решения задач, стоящих перед бизнесом, государством и обществом в целом, например Краудфаундинг- сбор средств для реализации идеи.)**[[15]](#footnote-15)**,** вероятно, в ближайшем будущем станет средством, с помощью которого компании будут получать новые идеи, придумывать новые пути решения проблем. Это приведет к увеличению потенциальных инноваций в рамках организации. Клиенты будут продвигать инновации способом, которым они еще никогда не могли это делать до этого, открывая CRM для все новых сфер бизнеса, которых он ранее никогда так сильно не касался.

Одним из наиболее важных улучшений станет мобильный CRM, так как заказчики ищут возможности для доступа к своим бизнесам отовсюду, из любой точки мира.[[16]](#footnote-16)

1. А. Кудинов CRM: российская практика эффективного бизнеса [↑](#footnote-ref-1)
2. Что такое SFA (Sales Force Automation)? http://www.softservebs.com/company/press-room/e/108 [↑](#footnote-ref-2)
3. Oracle https://ru.wikipedia.org/wiki/Oracle [↑](#footnote-ref-3)
4. Вендор https://biznes-prost.ru/vendor.html [↑](#footnote-ref-4)
5. Оператор call центра — что это за работа? http://deletefromoffice.ru/call-centr-chto-eto-za-rabota/ [↑](#footnote-ref-5)
6. Software as a service Программное обеспечение как услуга http://www.tadviser.ru/index.php/SaaS\_-\_Программное\_обеспечение\_как\_услуга [↑](#footnote-ref-6)
7. ##  Крах доткомов 2000 года

 http://webtun.com/others/6769-krah-dotkomov-2000-goda.html [↑](#footnote-ref-7)
8. Sugar CRM http://www.kpms.ru/Automatization/SugarCRM.htm [↑](#footnote-ref-8)
9. #  Salesforce.com http://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Salesforce.com

 [↑](#footnote-ref-9)
10. История развития CRM http://www.tadviser.ru/index.php/Статьи:История\_развития\_CRM [↑](#footnote-ref-10)
11. Фидбэк http://myslang.ru/slovo/fidbek [↑](#footnote-ref-11)
12. B2B или B2C — разберемся с терминами http://a-minin.ru/b2b-ili-b2c-razberemsya-s-terminami/ [↑](#footnote-ref-12)
13. Gartner http://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Gartner\_(Гартнер) [↑](#footnote-ref-13)
14. Совокупность стоимости владения https://ru.wikipedia.org/wiki/Совокупность\_стоимости\_влядения [↑](#footnote-ref-14)
15. Краудсорсинг **http://crowdsourcing.ru/article/what\_is\_the\_crowdsourcing** [↑](#footnote-ref-15)
16. История CRM систем [от истоков к настоящему времени] https://crosssellguide.com/istoriya-crm-sistem-ot-istokov-k-nastoyashemu-vremeni/ [↑](#footnote-ref-16)