Департамент образования города Москвы

Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение города Москвы «Гимназия №1505

«Московская городская педагогическая гимназия-лаборатория»»

**РЕФЕРАТ**

**на тему**

**IT в бизнесе или зачем нужны CRM-системы**

Выполнил (а):

Никифорова Вероника Дмитриевна

Руководитель:

Павлова Александра Андреевна

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (подпись руководителя)

Рецензент:

Коняхин Александр Валерьевич

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (подпись рецензента)

Москва

2016/2017 уч.г.

Оглавление

[1. Введение. 2](#_Toc479114706)

[1.2 Актуальность 2](#_Toc479114707)

[1.3 Цель исследования 3](#_Toc479114708)

[2. История CRM-систем 4](#_Toc479114709)

[3.Современные CRM. 8](#_Toc479114710)

[3.1Квадрат Gartner 8](#_Toc479114711)

[3.1.1 Лидеры 9](#_Toc479114712)

[3.1.2 Претенденты 10](#_Toc479114713)

[3.1.3 Дальновидные 10](#_Toc479114714)

[3.1.4 Нишевые игроки 11](#_Toc479114715)

[4. Sugar CRM 11](#_Toc479114716)

[5. Заключение. 16](#_Toc479114717)

[6. Список литературы 17](#_Toc479114718)

# 1. Введение.

В наше время в бизнесе активно используются IT-технологии. Когда компьютеров еще не было, весь учет на предприятиях велся вручную. Даже в самом маленьком бизнесе приходилось записывать информации о доходах и расхода, о наличии товаров на складе. На большом предприятии работало огромное количество бухгалтеров, а документы для них печатали машинистки в машинных бюро. Первые компьютеры были очень дорогими, поэтому использовать их могло лишь государство и крупнейшие компании. Однако, когда компьютеры стали доступнее, бизнес оценил те возможности, которые открываются перед ним при использовании компьютеров. Технологии ,в которых использовались компьютерная техника, стали называться IT-технологиями, а современный бизнес стал немыслим без их применения.

Сначала IT-технологии использовали для ведения бухгалтерии и учета производственных ресурсов. Но с каждым годом область использования становилась все шире, пока в 1990-х годах IT-технологии не были использованы для автоматизации Маркетинга в области управления взаимоотношениями с клиентами.

Клиент - самое важное для любого бизнеса, именно для него работает любое дело. Неважно, продает ли бизнес товары или оказывает услуги, если клиентов нет, нет и бизнеса. Таким образом, клиент - конечная точка приложения усилий бизнеса. Поэтому бизнесу важно знать ответы на такие вопросы, как:" Сколько у нас клиентов?" " Доволен ли клиент нашими продуктами?" " Какие новые продукты хочет видеть наш клиент?". Когда бизнес небольшой, ответы на эти вопросы может дать сам владелец бизнеса, так как клиентов немного. С увеличением числа клиентов это становится невозможным без специальной автоматизированной системы, которую назвали CRM.

"CRM (Customer Relationship Management) - это класс систем для ведения клиентской базы, автоматизации взаимодействия с клиентами и, как следствие, повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процедур и последующего анализа результатов." [[[1]](#footnote-1)]

## 1.2 Актуальность

Каждый взрослый человек работает. Кто-то на предприятии или в бизнесе, а кто-то создает собственное дело. Все ученики нашей школы после получения образования будут работать, кто-то создаст собственное дело, поэтому для многих будет важен вопрос автоматизации управления взаимоотношений с клиентами. В этом им поможет данное исследование.

Преимущество CRM состоит в том, что:

Во-первых, она помогает вести систематизированный учет клиентов, а также всегда иметь под рукой легкодоступную информацию о контактах с клиентами.

Во-вторых с помощью учета клиентов можно понять, расширяется ли ваша клиентская база или нет и насколько продуктивно работают ваши сотрудники.

В-третьих, конкретизированный учет клиентов помогает не потерять потенциального покупателя. К примеру, записав дни рождения клиентов, можно отправить им сообщение в этот день, поздравив их и предложив определенную льготу: персональную скидку, акцию и т.п. Тем самым вы, во-первых, напоминаете о вашей фирме и продукции ,во-вторых, делаете им приятно и ,в-третьих, предоставляете бонус. Клиент вспомнит вашу фирму, получит удовольствие от поздравления и обязательно захочет использовать бонус. Поэтому он пойдет и приобретет вашу продукцию, а вы получаете нового клиента.

На сегодняшний день существует огромное количество CRM-систем. И все они разные. Обычно, люди, которые хотят выбрать CRM для своего бизнеса, но не разбирающиеся в них, теряются в огромном выборе различных программ. В своем реферате я хочу привести в пример несколько популярных CRM-систем и рассмотреть плюсы и минусы одной из них.

## 1.3 Цель исследования

Изучение применения IT в бизнесе на примере CRM-систем, рассмотрение причин использования CRM в бизнесе и конкретных примеров CRM-систем

Для выполнения этой цели были поставлены конкретные задачи:

1. Изучить, что такое CRM-системы.
2. Изучить историю создания и развития CRM.
3. Рассмотреть одну из популярных CRM-систем.
4. Рассмотреть положительные и отрицательные стороны выбранной CRM.

# 2. История CRM-систем

Во множестве различных источников определение CRM-системы различно. Основываясь на некоторых из них[34] [35] [37], автор сделал вывод о том, что CRM-система (англ. customer relationship management- управление взаимоотношениями с клиентом) - программное обеспечение, помогающее систематизировать всю необходимую для компании информацию о клиентах и историю взаимоотношений с ними, которые пригодятся для улучшения уровня продаж и увеличения клиентской базы. Кроме того, термины CRM-система и CRM являются взаимозаменяемыми.

Основываясь на книге А. Кудинова "CRM: российская практика эффективного бизнеса", можно выделить несколько главных функций CRM:

* получение
* накопление и анализ информации о клиентах
* обмен информацией внутри компании
* автоматизация бизнес-процессов и массового взаимодействия с целевыми группами клиентов( телемаркетинг, анкетирование, рассылки и так далее).

Существует множество классификаций CRM-систем[12] [14] [15].Самая используемая из них делит все CRM-системы на 3 группы по уровню обработки информации:

1. Операционные CRM - системы, дающие оперативный доступ к первичной информации о событиях, клиентах, проектах, документах и так далее.

Примеры операционных CRM: Siebel, Oracle.

1. Аналитические CRM - системы, позволяющие глубоко анализировать данные, которые относятся как к клиентам, так и к деятельности компании, например, анализ успешности продаж или маркетинговых мероприятий.

Примеры аналитических CRM: Business Objects, MicroStrategy

1. Коллаборационные CRM - системы, предоставляющие клиентам возможность влияния на деятельность компании, например, на производство продукта или улучшение обслуживания.

Примеры коллаборационных CRM - IntraNet Solutions, Symon.

Далее автор хотел бы рассмотреть историю развития CRM-систем.

Таблица 1.История развития CRM-систем.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Год** | **Событие** | **Компания** | **Персоналии** |
| **История зарубежных CRM-систем** | | | |
| 1977 | Основание компании Oracle | Oracle (http://www.oracle.com/ru/index.htm) | Ларри Эллисон |
| 1986 | Основание компании Conductor Software | Conductor Software (https://www.conductor.com/) | Пэт Салливан (Pat Sullivan) и Майк Мюней (Mike Muhney) |
| 1987 | Выпуск ACT!, системы для управления контактами |
| 1993 | Основание компании Siebel Systems | Siebel Systems | Том Сайбел (Tom Siebel) |
| 1995 | *Появление термина CRM(customer relationship management)* | | |
| 1997 | Выпуск Oracle Sales and Marketing(OSM), CRM-системы | Oracle (http://www.oracle.com/ru/index.htm) |  |
| 1999 | Выпуск Siebel Sales Handheld, первой мобильной CRM-системы | Siebel Systems |  |
| Основание компании Salesforce.com | Salesforce.com (http://salesforce.com/) | Марк Бениофф |
| Salesforce.com становится первым SaaS вендером на рынке CRM |
| 2000 | *Кризис "доткомов"* | | |
| 2002 | Выпуск Dynamics CRM, системы, интегрированной с MicrosoftOutlook | Microsoft(https://www.microsoft.com/ru-ru/) |  |
| 2004 | Выпуск SugarCRM, системы с открытым кодом | SugarCRM  (https://www.sugarcrm.com/) |  |
| 2007 | Запуск облачной среды разработки Force.com | Salesforce.com (http://salesforce.com/) |  |
| 2008 | Выпуск социальной CRM-системы @ComcastCares | Comcast |  |
| **История российских CRM-систем** | | | |
| 2000 | Компания EDC проводит первое в России исследование востребованности CRM-решений российскими компаниями. Исследование выявило низкую степень известности решений CRM среди IT-директоров российских компаний. | | |
| 2001-2002 | Выпуск CRM -системы Terrasoft CRM |  | Александр Попов |
| 2002 | Основание компании Terrasoft | Terrasoft(https://www.terrasoft.ru/) | Александр Попов  Катерина Костерева |
| 2006 | Выпуск CRM-системы Мегаплан | Мегаплан(https://megaplan.ru/) | Михаил Уколов |
| 2011 | Выпуск CRM-системы Bpm’online CRM | Terrasoft(https://www.terrasoft.ru/) |  |

С 2011 года ведутся разработки новых CRM-систем в таких компаниях, как Microsoft[22], amoCRM[23], Salesforce[24], Terrasoft[26], Zoho[27] Битрикс24[28],, Мегаплан[29].

Таблица сделана на основе следующих материалов:

1. Кудинов А. "CRM: российская практика эффективного бизнеса", Москва, "1С-Паблишинг, 2009 год, 251 стр.
2. Oracle https://ru.wikipedia.org/wiki/Oracle
3. Salesforce.com http://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Salesforce.com
4. Sugar CRM http://www.kpms.ru/Automatization/SugarCRM.htm
5. История CRM систем [от истоков к настоящему времени] https://crosssellguide.com/istoriya-crm-sistem-ot-istokov-k-nastoyashemu-vremeni/
6. История развития CRM http://www.tadviser.ru/index.php/Статьи:История\_развития\_CRM
7. Классификация CRM http://www.managertip.ru/tubvs-479-1.html
8. Крах доткомов 2000 года http://webtun.com/others/6769-krah-dotkomov-2000-goda.html

# 3.Современные CRM.

## 3.1Квадрат Gartner

Чтобы рассмотреть современные CRM, я хочу рассказать о "Магическом квадранте" Гартнера (Gartner Magic Quadrants). "Квадрат Gartner (магический квадрат Gartner) — графическое отображение ситуации на рынке, позволяющее оценить возможности продуктов и самих производителей. Применяется агенством "Gartner" [13]. Gartner- аналитическое агентство и исследовательская компания, специализирующаяся на изучении рынка информационных технологий. Она была основана в 1979 году Гидеоном Гартнером, и ее основной деятельностью стало проведение регулярных исследований рынков информационных технологий.[17]



Рис.1 Квадрат Gartner за август 2016 года[38]

Рассмотрим квадранты квадрата Гартнера. Всего квадрантов 4. Горизонтальная ось обозначает полноту видения(более понятный термин: Зрелость замыслов)[30] и отражает маректинговые и продажные показатели производителя[13], а вертикальная — возможность реализации(степень реализации замыслов)[30].Она отражает технологическую продвинутость и стратегию компании в этой теме[13].

Верхний правый квадрант — лидеры, это компании, которые первые по обоим пунктам. Они демонстрируют стабильный прогресс и усилия по всем показателям, по которым проводится оценка. Их действия поднимают уровень конкуренции на рынке, они могут изменить курс развития всей индустрии.[13]

Верхний левый — разработки с возможной реализацией, но без полного видения(претенденты). Претенденты на лидерство (Challengers) имеют качественные продукты, которые удовлетворяют основным требованиям рынка и имеют высокий уровень продаж, популярности и долю рынка, которая позволяет им превосходить нишевых игроков.[13]

Нижний правый — инновации, у которых есть полнота видения, но пока нет возможности быть реализованными. Дальновидные производители программного обеспечения (Visionaries) инвестируют средства в лидирующие технологии, которые лягут в основу следующего поколения продукта и позволят покупателям получать более быстрый доступ к улучшенному управлению и безопасности. Вендоры из этой группы могут оказывать влияние на развитие отрасли, но не могут воздействовать на лидеров и претендентов на лидерство.[13]

Последний, нижний левый квадрант — нишевые игроки, разработки, отстающие по первому и по второму пункту.[13] Нишевые игроки (Niche Players) предлагают жизнеспособные решения, которые отвечают основным требованиям покупателей. Маловероятно, что они окажутся в конечном списке закупки. Нишевые игроки могут быть ориентированы на небольшие сегменты рынка и часто демонстрируют на них более высокую эффективность, чем лидеры.[13]

В этом году в квадрат Gartner попали 19 CRM.

### 3.1.1 Лидеры

Salesforce-CRM, в основе которой лежит SaaS(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.) [8];

Microsoft Dynamics CRM— это пакет программ, направленный на улучшение управления взаимоотношениями с клиентами. С помощью этого набора можно куда быстрее организовать процесс продаж, маркетинга и услуг. Пакет применяется как полноценная платформа для работы с клиентами, а её настройка зависит от конкретных целей предприятия. [4]

Microsoft Dynamics CRM online- «облачная» (работает по модели SaaS) версия бизнес-приложения Microsoft Dynamics CRM для управления продажами, маркетингом и обслуживания клиентов.[5]

### 3.1.2 Претенденты

В квадрат Претендентов попали SAP(CRM)-CRM-продукт, разработанный немецкой компанией SAP SE [19] не только для решения краткосрочных задач, но и для выстраивания стратегии деятельности компании. SAP(CRM) позволяет комплексно выполнять такие задачи как объединение сотрудников, менеджмента, клиентов и партнеров компании в полный замкнутый цикл процессов и технологий, на основе которых осуществляется эффективное управление взаимоотношениями с клиентами.[7]

NetSuite- комплексный программный бизнес-продукт американской компании NetSuite Inc.[18], который позволяет крупным и быстрорастущим средним компаниям управлять всеми ключевыми бизнес-процессами в единой интегрированной системе, которая включает управленческий и налоговый учет / планирование внутренних ресурсов предприятия (ERP), систему управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и все инструменты для работы сайта и электронной коммерции (Ecommerce).[3]

### 3.1.3 Дальновидные

Дальновидными производителями стали SAP(Hybris Cloud for Sales); Oracle CRM—единое централизованное хранилище информации обо всех контактах с заказчиками по всем каналам взаимодействия. В Oracle CRM находится информация про все аспекты деятельности компании (задачи, исполнение, примечания, локации и так далее), которые используются компонентами пакета приложений CRM: Продажи, Сервис, Маркетинг, Электронная Коммерция, Центр Взаимодействий. Модули обращаются к CRM для сохранения и получения данных о взаимодействии с заказчиком вне зависимости от того, по какому каналу эти сведения были получены (по телефону, электронной почте или через другие источники связи).[6]

Sugar CRM- 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. Главными достоинствами SugarCRM является модульность системы и открытый код. Благодаря этому расширяются возможности как для компаний-пользователей, так и для разработчиков. Для каждой компании могут быть созданы модули, точно соответствующие ее работе. [10]

CRMNEXT; Base- облачная SaaS-система. Приемуществом Base CRM является возможность подтягивать все контактные данные из телефонной книги смартфона, почты и социальных сетей. [31]

### 3.1.4 Нишевые игроки

Нишевыми игроками оказались: Bulhom, bmp'online(SaaS-решение, разработанное компанией Terrasoft. Bpm'online CRM объединяет возможности системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и системы управления бизнес-процессами (BPM))[32], Zoho CRM (это saas решение, то есть работа программы осуществляются только через web-браузер)[11], Apteam, Pegasystems(позволяет пользователям снижать издержки, увеличивать лояльность клиентов, генерировать новые направления бизнеса и наращивать производительность.)[16], Infor, Sage, Tour de Force, PipelineDeals.

# 4. Sugar CRM

Сегодня на рынке CRM-систем представлено множество решений, таких, как "Мегаплан", "Terrasoft CRM","Bitrix24","1С CRM", "Salesforce", "Zoho"[2], однако автор решил рассмотреть именно Sugar CRM, так как она есть в квадрате Gartner(подробнее - в главе 2) в квадранте "Дальновидные производители" и доступна каждому желающему. Sugar CRM-одна из самых популярных CRM-систем с открытым кодом. Благодаря открытому коду есть возможность усовершенствовать систему в соответствии с желаниями компании, то есть изменить или добавить необходимый функционал в систему. Кроме того, Sugar CRM - система, работающая по модели SaaS. Это значит, что все данные о продажах, клиентах, расходах и так далее находятся на сервере и не занимают места на компьютере работника.

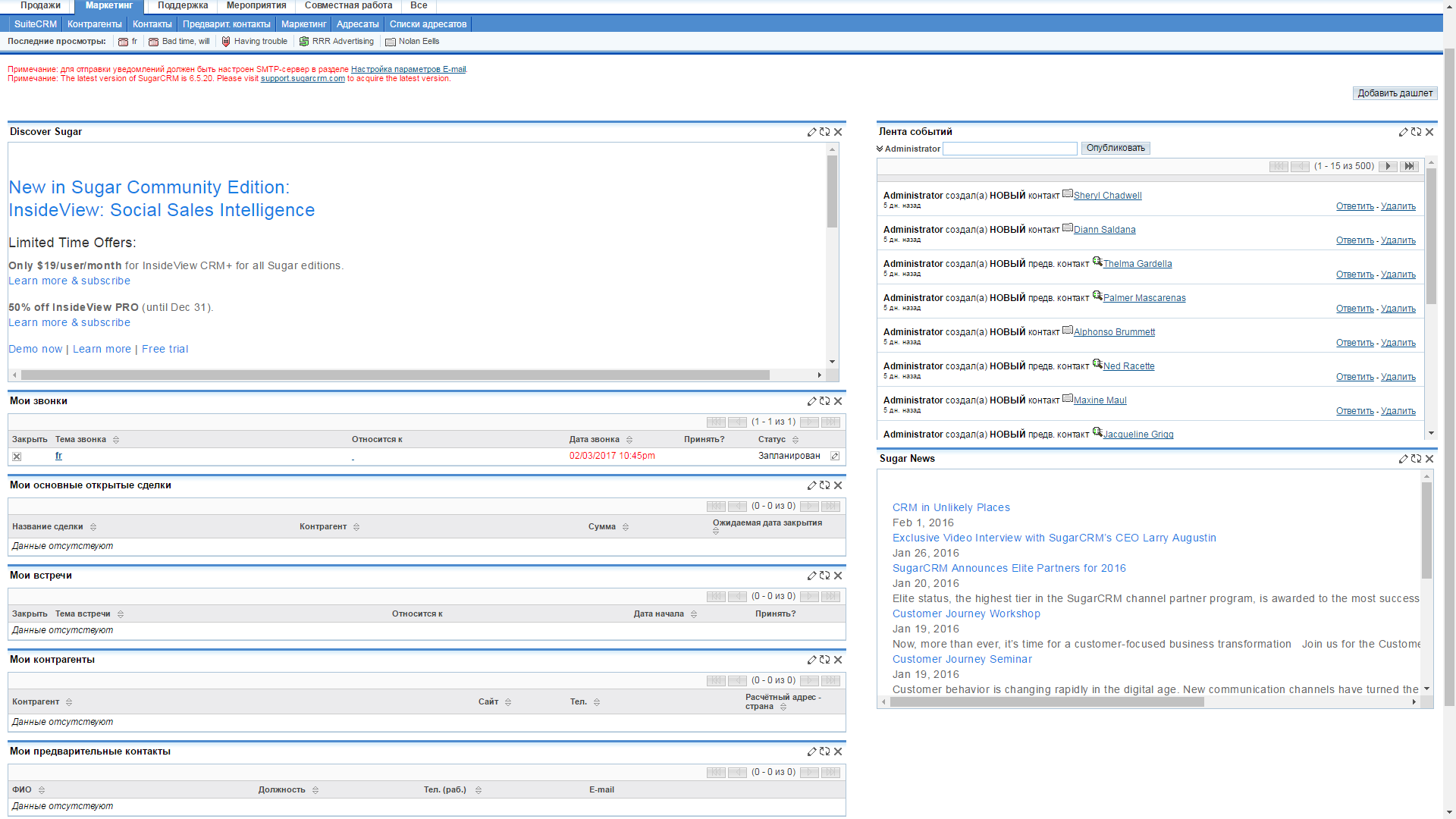


Рис.1 Начальная страница системы.

Если вы хотите установить облачную версию Sugar CRM, то нужно заполнить регистрационную форму на сайте фирмы[25]. Также, можно установить SugarCRM на своем компьютере. Для этого нужно скачать установочный пакет SugarCRM и выполнить первоначальную настройку.

После того, как вы выполните первоначальную настройку и войдете в свой аккаунт, вы попадете на начальную страницу системы. Видим такие окна, как лента новостей, мои звонки, мои встречи и так далее. Вверху находится панель модулей: "Продажи", "Маркетинг", "Поддержка", "Мероприятия", "Совместная работа", "Все". Рассмотрим модули поподробнее.

Модуль "Продажи" имеет несколько подмодулей:

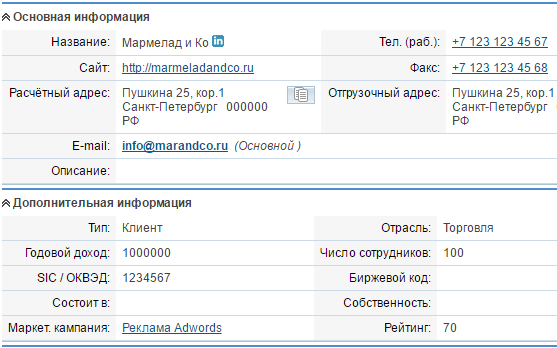
1. "SuiteCRM", который позволяет нам попасть на главную страницу системы;
2. "Контрагенты", позволяющий получить всю информацию(город, страну, телефон, e-mail) о контрагентах ,то есть о партнерах компании; 

Рис.2. Модуль "Контрагенты".

1. "Контакты", в которых содержится информация(должность, контрагент, e-mail, телефон) о работниках контрагентов, с которыми контактируют работники компании;

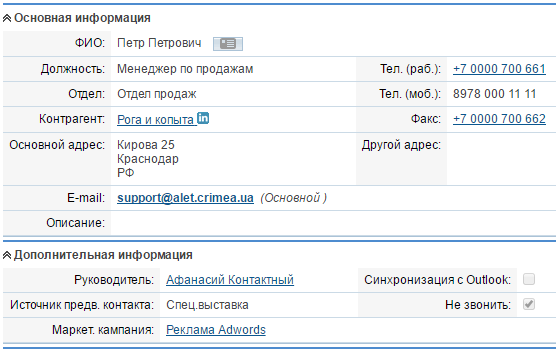


Рис.3. Модуль "Контакты".

1. "Сделки", в котором мы узнаем информацию о сделках(контрагент, стадия продаж, сумма);

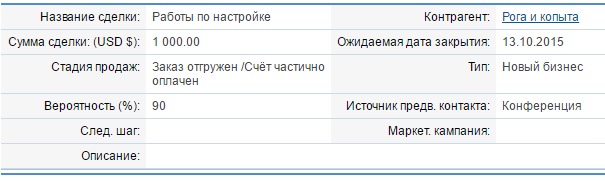


Рис.4. Модуль "Сделки".

1. "Предварительные контакты". В нем содержится информация о всех новых, мертвых, преобразованных и повторных работниках контрагентов, с которыми контактируют работники компании.

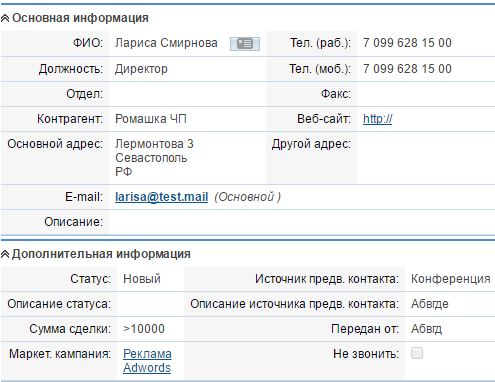


Рис.5. Модуль "Предварительные контакты".

Затем идет модуль "Маркетинг". Он также имеет подмодули

1. "SuiteCRM".
2. "Контрагенты".
3. "Контакты".
4. "Предварительные контакты".
5. Кроме того, в нем есть такие подмодули, как "Маркетинг", в котором мы можем увидеть все маркетинговые кампании, с которыми работает наша фирма, а создать новые и удалить законченные кампании;

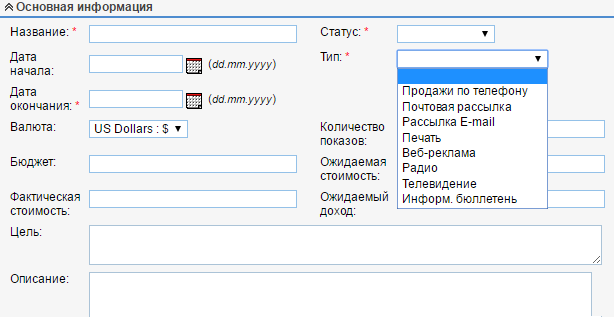


Рис.6. Модуль "Маркетинг".

1. "Адресаты", где находится вся информация(должность, отдел, e-mail, телефон и так далее) об адресатах, а также мероприятия, в которых участвовал адресат и маркетинговые кампании, проведенные с участием адресата.
2. Подмодуль "Списки адресатов" является последним в этом модуле. Здесь можно работать со списками адресатов, выделенных по определенному признаку.

Следующим идет модуль Продажи. В нем также есть подмодули

1. "SuiteCRM".
2. "Контрагенты"
3. "Контакты".
4. Появляется дополнительные подмодули "Обращения", где находятся обращения контрагентов о различных проблемах и неполадках, и "Звонки", в котором содержится информация обо всех исходящих и входящих звонках.

Затем идет модуль Мероприятия. В нем есть подмодули

1. "SuiteCRM"
2. "Календарь", где мы можем добавить новую встречу, задачу или звонок в календарь, встречи, где есть вся информация(тема, продолжительность, описание и так далее) о назначенных и законченных встречах.
3. Подмодуль "E-mail" позволяет отправлять и получать письма.
4. Затем идет подмодуль "Задачи", в котором содержится информация о всех задачах, имеющихся у компании.
5. Подмодуль "Заметки" содержит информацию о заметках.

Следующим идет модуль "Совместная работа". Кроме уже известных подмодулей "SuiteCRM" и "E-mail", здесь есть подмодуль "Документы", в котором могут храниться документы, необходимые компании.

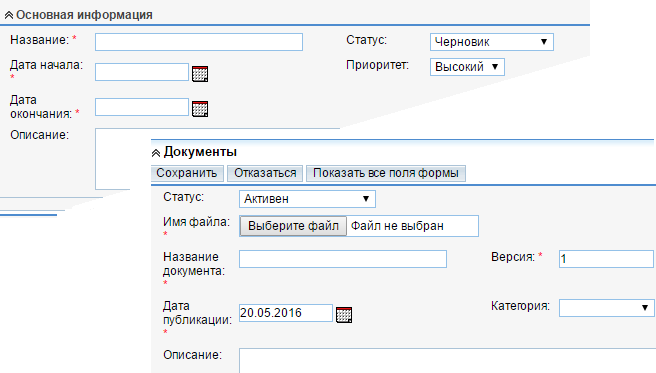


Рис.7. Модуль "Документы".

Последним является модуль "Все", где собраны все ранее рассматриваемые подмодули.

Преимущества SugarCRM состоят в том, что

во-первых, данная система имеет открытый код, который можно изменить в соответствии с нуждами компании.

Во-вторых, есть бесплатная версия данной системы, обладающая всеми основными функциями, которая подойдет для компаний с небольшим бюджетом.

В-третьих, система имеет достаточно простой и понятный интерфейс, поэтому пользователь не будет тратить много времени на изучение системы.

В-четвертых, во многих модулях есть одинаковые подмодули. Это удобно, так как, вне зависимости, в каком бы модуле не работал пользователь, у него всегда есть доступ к основным, а потому и общим для всех подмодулям.

Главное неудобство SugarCRM состоит в том, что с данной системой невозможно работать, не имея интернет-подключения. Кроме того, автор лично столкнулся с еще одной проблемой. Разработчики данной CRM-системы - американцы, поэтому в сложившихся сегодня проблемах с санкциями, они могут отказать в предоставлении облачной версии SugarCRM.

Технические требования[9] [21]:

1. Частота процессора - 2 Ггц.
2. Количество ядер на процессоре - 2 шт.
3. Оперативная память - 4 Гб
4. Жесткий диск - 7200 об/мин
5. Любое ОС(Windows, Linux, Mac), на котором возможен запуск PHP[36], при этом версии PHP могут быть 5.2.1- 5.2.6, 5.2.8 - 5.2.14, 5.2.15, 5.2.17, 5.3.0-5.3.4,5.3.6

# 5. Заключение.

В результате своей работы, автор пришел к выводу о том, что CRM-система - программное обеспечение, помогающее систематизировать всю необходимую для компании информацию о клиентах и историю взаимоотношений с ними. Также существует несколько преимуществ внедрения CRM в свою компанию. Во-первых, CRM собирает всю информацию о делах компании в одном месте. Теперь номера клиентов, время мероприятий и другая важная информация записана не на листочках, которые в любой момент могут потеряться, но на сервере или в памяти компьютере, на которых в легкостью можно найти любые данные. Во-вторых, CRM ведет учет клиентской базы. С ее помощью можно узнать, расширилась ли клиентская база фирмы, а также ,например, узнать, когда у клиента день рождения, и подарить ему бонусную карту, тем самым напомнив клиенту о своей фирме. Возможно, он купит у вас во второй или в третий раз.

Кроме того, автор делает вывод о том, что рынок CRM-систем развивается, ведь производители хотят удовлетворить потребности как бизнеса, так и его клиентов.

Наконец, автор хотел бы добавить, что SugarCRM не зря попала в квадрант Gartner "Дальновидные производители", ведь она имеет облачную версию, которая не занимает места в памяти компьютера. Кроме того, ее можно использовать на мобильных устройствах, которые каждый человек носит с собой. Значит, и CRM всегда будет под рукой.

Автор успешно выполнил все поставленные задачи и добился поставленной цели.

# 6. Список литературы

1. Кудинов А. "CRM: российская практика эффективного бизнеса", Москва, "1С-Паблишинг, 2009 год, 251 стр.
2. 10 лучших CRM-систем 2016 года http://www.top10crm.ru/(действителен на март 2017 года)
3. CRM-система NetSuite\_CRM http://www.tadviser.ru/index.php/Продукт: NetSuite\_CRM (действителен на февраль 2017 года)
4. Microsoft Dynamics CRM https://startpack.ru/application/microsoft-dynamics-crm(действителен на январь 2017 года)
5. Microsoft Dynamics CRM Online http://www.tadviser.ru/index.php/Продукт: Microsoft Dynamics CRM 2011 Online( действителен на январь 2017 года)
6. Oracle CRM http://www.ab-solut.net/ru/articles/oracle/ (действителен на январь 2017 года)
7. SAP(CRM) http://asapcg.com/press-center/articles/sap-crm/ (действителен на январь 2017 года)
8. Software as a service, Программное обеспечение как услуга http://www.tadviser.ru/index.php/SaaS\_-\_Программное\_обеспечение\_как\_услуга (действителен на февраль 2017 года)
9. Sugar Community Edition. Руководство пользователя и администратора для версии 6.2 http://www.call-center.su/call-center/crm/SugarCRM\_manual.pdf (действителен на март 2017 года)
10. Sugar CRM http://www.kpms.ru/Automatization/SugarCRM.htm (действителен на март 2017 года)
11. Zoho CRM https://habrahabr.ru/company/trinion/blog/248281/(действителен на январь 2017 года)
12. Виды CRM-систем https://crm-systems.info/vidy-crm-sistem/#\_CRM (действителен на март 2017 года)
13. Квадрат Gartner http://www.tadviser.ru/index.php/Статья: Квадрат Gartner (действителен на февраль 2017 года)
14. Классификация CRM-систем http://www.managertip.ru/tubvs-479-1.html (действителен на март 2017 года)
15. Классификация CRM-систем http://www.marketing.spb.ru/soft/crm/classification.htm (действителен на март 2017 года)
16. Компания Pegasystems http://www.tadviser.ru/index.php/Компания: Pegasystems (действителен на февраль 2017 года)
17. Компания Gartner http://www.securitylab.ru/news/tags/Gartner/# (действителен на февраль 2017 года)
18. Компания NetSuite http://www.tadviser.ru/index.php/ Компания:NetSuite (действителен на февраль 2017 года)
19. Компания SAP SE http://www.tadviser.ru/index.php/Компания:SAP\_SE (действителен на февраль 2017 года)
20. Магические квадранты Gartner http://www.cossa.ru/152/88451/(действителен на февраль 2017 года)
21. Описание функциональных возможностей SugarCRM https://crm-bpm.ru/sugarcrm/ (действителен на март 2017 года)
22. Официальный сайт компании Microsoft https://www.microsoft.com/ru-ru/dynamics365/home (действителен на март 2017 года)
23. Официальный сайт компании amoCRM https://www.amocrm.ru/ (действителен на март 2017 года)
24. Официальный сайт компании Salesforce http://salesforce.com/(действителен на декабрь 2016 года)
25. Официальный сайт компании SugarCRM https://www.sugarcrm.com/ (действителен на март 2017 года)
26. Официальный сайт компании Terrasoft https://www.terrasoft.ru/ (действителен на март 2017 года)
27. Официальный сайт компании Zoho https://www.zoho.com/crm/?src=zoho (действителен на март 2017)
28. Официальный сайт компании Битрикс24 https://www.bitrix24.ru/ (действителен на март 2017 года)
29. Официальный сайт компании Мегаплан https://megaplan.ru/ (действителен на март 2017 года)
30. Что отложено по осям "магических квадрантов" Gartner https://www.pcweek.ru/business/blog/business/2548.php (действителен на март 2017 года)
31. Что такое Base CRM http://internetno.net/category/obzoryi/base\_crm\_udobnaya\_i\_funkcionalnaya\_onlajnsistema\_dlya\_raboty\_s\_klientami\_i\_partnerami/ (действителен на январь 2017 года)
32. Что такое Bpm'online CRM https://ru.wikipedia.org/wiki/Bpm%27online\_CRM (действителен на январь 2017 года)
33. Что такое CRM http://www.crm2web.ru/tags/chto\_takoe\_CRM/ (действителен на декабрь 2016 года)
34. Что такое CRM-система и как она помогает в работе? http://www.kadrof.ru/st-crm.shtml ( действителен на декабрь 2016 года)
35. Что такое CRM-системы и как их правильно выбирать? https://habrahabr.ru/company/trinion/blog/249633/ (действителен на сентябрь 2016 года)
36. Что такое PHP? http://www.php.su/php/?php (действителен на март 2017 года)
37. Что такое и зачем нужна CRM-система http://www.b2bbasis.info/crm/128-chto-takoe-i-zachem-nuzhna-crm-sistema.html(действителен на декабрь 2016 года)
38. Что такое магический квадрат Gartner http://www.crmonline.ru/analytics/ratings/gartsfa2016.php (действителен на март 2017 года)

1. [↑](#footnote-ref-1)