# 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)]

## 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, рассмотреть их плюсы и минусы и понять, какая CRM наиболее выгодная для малого бизнеса, какая CRM выгодна для среднего бизнеса, а какая для большого бизнеса.

**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 несколько популярных CRM-систем.
4. Рассмотреть положительные и отрицательные стороны выбранных CRM.
5. Подобрать по одной CRM для малого, среднего и большого бизнеса.

1. Источник: http://www.crm2web.ru/tags/chto\_takoe\_CRM/ [↑](#footnote-ref-1)