

УДК 338.48

В.В. Травін, к.е.н., доц. каф. фінансів та цифрової економіки
А.О. Новохатько, бакалавр 4 курсу гр. ЕК-5, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»

ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМИ SITNIKS ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНИ ТА СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ.

Стратегічний підхід до управління продажами є вирішальним фактором для досягнення високих результатів у конкурентному середовищі. Одним із ключових аспектів стратегічного управління є ефективна внутрішньофірмова комунікація, яка забезпечує координацію між відділами, прозорість процесів і зручність у роботі.

Компанії, що ведуть продажі через інтернет-магазини та соціальні мережі, часто стикаються з такими проблемами, як втрата замовлень через перевантаження каналів зв'язку, повільна обробка замовлень через незручності платформи та відсутність ефективного обліку. Усі ці ризики можуть суттєво впливати на рентабельність та ефективність комунікації. Цифрові рішення, такі як CRM-системи, є ключовими інструментами у подоланні зазначених проблем, забезпечуючи більш зручне управління продажами та комунікаціями.

CRM-система Sitniks – це платформа, створена для управління продажами, зокрема, для компаній, що активно використовують інтернет-магазини, маркетплейси та соціальні мережі. Sitniks дозволяє централізувати всі канали зв'язку з клієнтами в одному інтерфейсі, зберігаючи історію переписки, автоматизуючи відправлення товарів та забезпечуючи облік замовлень і запасів.

Впровадження Sitniks може бути організовано в декілька етапів:

1. Аналіз потреб бізнесу: оцінка обсягу комунікацій, продажів і потреб обліку для визначення точних функціональних вимог.
2. Налаштування системи: інтеграція Sitniks з акаунтами соціальних мереж і платформою обліку складу.
3. Навчання персоналу: тренінги для співробітників щодо роботи з інтерфейсом CRM.
4. Пілотне тестування: початкова експлуатація системи з невеликою кількістю замовлень для перевірки коректності налаштувань.
5. Повноцінний запуск: запуск Sitniks на повну потужність для управління всіма процесами продажів і комунікацій.

Впровадження нових CRM-систем може супроводжуватись певними труднощами:

- спротив співробітників до змін: недостатнє бажання освоювати новий інструмент може стати бар'єром у переході на CRM. Рішення: навчання і демонстрація вигод від використання CRM.
- технічні труднощі під час інтеграції: можуть виникнути проблеми з налаштуванням облікових записів або платформ обліку товару. Рішення: залучення технічної підтримки на етапах налаштування і тестування.
- точність введення даних: для коректного функціонування CRM необхідне дотримання чітких інструкцій з ведення обліку, що може бути проблемним при великому обсязі операцій. Рішення: встановлення внутрішніх правил для внесення інформації і контролю за їх виконанням.

Впровадження Sitniks дає змогу компаніям, що ведуть збут через інтернет, досягти таких результатів:

- кількісні результати: скорочення часу на обробку замовлень і підготовку ТТН на 40%.
- якісні результати: покращення якості обслуговування, зниження кількості пропущених запитів, більш оперативна комунікація з клієнтами.
- фінансові результати: збільшення обсягів продажів завдяки покращенню комунікацій і зниженню витрат на обробку замовлень.

CRM-система Sitniks – це ефективний інструмент для оптимізації процесів комунікації і продажів, що дає можливість компаніям, які використовують соціальні мережі та інтернет-магазини для збуту, досягти стабільного росту, підвищуючи ефективність управління продажами та обслуговування клієнтів.

Список використаної літератури:

1. Бахтіярова Н.В., Переваги CRM-систем у бізнес-управлінні // Менеджмент: Теорія та практика. – 2022.
2. Коваленко О.В., Ефективність впровадження CRM у маркетингових стратегій // Науковий журнал з маркетингу. – 2021.
3. Ситник С.О., Цифрові рішення для оптимізації продажів у сфері малого та середнього бізнесу // Бізнес Інновації. – 2023.