

УДК 658.005

Травін В.В., к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів та цифрової економіки
Радчук М.С., бакалавр, 4 курс, гр. ЕК-5, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»

МОЖЛИВОСТІ СЕРВІСУ SALESFORCE ДЛЯ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ НЕДОСТАТНЬОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЦЕСІВ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Внутрішньофірмові комунікації є ключовим аспектом стратегічного управління, оскільки забезпечують безперервний обмін інформацією між усіма рівнями організації. Ефективна комунікація сприяє прийняттю швидких і обґрунтованих рішень, що, в свою чергу, підвищує загальну ефективність підприємства. Вона також забезпечує координацію дій між різними підрозділами, що важливо для досягнення спільних цілей, а також підвищує залученість співробітників до робочих процесів.

Salesforce є однією з найбільш розповсюджених CRM-платформ у світі, пропонуючи широкий спектр інструментів для управління взаємовідносинами з клієнтами, автоматизації продажів та маркетингу. Основною перевагою Salesforce є її гнучкість: платформа дозволяє компаніям налаштувати систему відповідно до своїх специфічних потреб. Платформа без проблем підключається до різноманітних ERP-систем, фінансових програм і маркетингових інструментів. Забезпечує цілісність даних і дозволяє командам працювати з єдиною базою інформації. Завдяки потужним аналітичним інструментам, компанії можуть отримувати детальну інформацію про клієнтів, продажі та ефективність маркетингових кампаній. Наявність мобільного додатку, що дозволяє співробітникам отримувати доступ до важливої інформації з будь-якого місця [1].

Першим етапом впровадження Salesforce є аналіз потреб компанії, який включає оцінку існуючих бізнес-процесів і визначення специфічних вимог до CRM-системи. Він забезпечує розуміння того, які функції необхідні для оптимізації роботи компанії. Наступним кроком є планування впровадження, на якому розробляється детальний план, що включає терміни, ресурси та відповідальних осіб. Передбачає створення бюджету, що дозволяє уникнути непередбачених витрат у процесі. На етапі налаштування системи здійснюється вибір потрібних модулів Salesforce і їх адаптація до потреб компанії. Це може включати розробку інтерфейсу, полів та звітів, що дозволяє створити унікальний продукт для кожного бізнесу. Далі, на етапі інтеграції, Salesforce підключається до інших існуючих систем для забезпечення безперервного обміну даними. Перед офіційним запуском системи проводиться тестування, яке є важливим для виявлення можливих помилок та їх усунення. Після завершення всіх етапів, система запускається в експлуатацію, а на етапі підтримки та оптимізації здійснюється постійний моніторинг її роботи.

Однією з основних проблем на шляху впровадження є супротив змінам з боку співробітників. Багато людей можуть бути неготовими до змін у робочих процесах, що може призвести до низької продуктивності. Щоб уникнути цього, важливо забезпечити участь співробітників на всіх етапах впровадження, проводити регулярні навчання та демонстрації нових функцій системи. Також можливі технічні труднощі під час інтеграції Salesforce з існуючими системами, що може призвести до затримок і додаткових витрат. Не менш важливим ризиком є невідповідність даних, що може виникнути при перенесенні інформації з інших систем. Тому перед перенесенням необхідно провести очищення та стандартизацію даних, а також здійснити ретельне тестування нової системи. Нарешті, витрати на підтримку системи можуть стати додатковим навантаженням для бюджету [2].

Впровадження Salesforce у систему стратегічних комунікацій підприємства має значний потенціал для досягнення позитивних результатів. Якісним результатом є покращення комунікації між підрозділами, що призведе до збільшення швидкості обміну інформацією та зменшення затримок у прийнятті рішень. Також передбачається підвищення рівня задоволеності співробітників завдяки зручним інструментам для співпраці та доступу до необхідної інформації. Кількісні результати можуть проявитися в зростанні продажів на 20% у перший рік впровадження, що дозволить підприємству скористатися новими можливостями для розширення ринку. Рівень конверсії потенційних клієнтів, завдяки покращеній автоматизації, може підвищитися на 10%. Фінансові результати включають зменшення витрат на обробку інформації на 15-20%, що складе приблизно \$50 000 щорічної економії. Також, завдяки зростанню продажів, компанія може отримати додатковий дохід у розмірі \$200 000 у першому році.

Список використаної літератури:

1. Salesforce [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.salesforce.com/nl/?ir=1> - Дата звернення: 25.10.2024.
2. Основні виклики при впровадженні Salesforce та шляхи їх подолання. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/top-challenges-in-advanced-salesforce-implementation-and-how-to-overcome-them/> - Дата звернення: 25.10.2024.