

*Сухинин Владимир Дмитриевич*<sup>1</sup>,  
аспирант;  
*Цуканова Ольга Анатольевна*<sup>2</sup>,  
профессор, д-р экон. наук

## **МЕТОДИКА ВНЕДРЕНИЯ CRM-СИСТЕМЫ В ОТДЕЛЕ ПРОДАЖ**

<sup>1,2</sup>Россия, Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина);  
<sup>1</sup> vowa.suhinin@gmail.com, <sup>2</sup> zoa1999@mail.ru

**Аннотация.** В работе рассмотрены особенности методика внедрения CRM-системы в отделе продаж электроинструментов. Проанализированы особенности ведения бизнеса в сфере продаж электроинструментов и существующие методы и инструменты внедрения различных информационных систем. Представлена готовая для использования методика с учетом специфики предприятия. Приведено использование данной методики в проекте по внедрению отечественной CRM-системы в отделе продаж крупной международной компании.

**Ключевые слова:** информационная система, CRM-система, методология внедрения, Accelerated SAP, Microsoft Solutions Framework, Application Implementation Methodology.

*Vladimir D. Sukhinin*<sup>1</sup>,  
Postgraduate (PhD) Student;  
*Olga A. Tsukanova*<sup>2</sup>,  
Professor, Doctor of Economics

## **METHODOLOGY FOR IMPLEMENTING A CRM SYSTEM IN THE SALES DEPARTMENT OF POWER TOOLS**

<sup>1,2</sup> St. Petersburg Electrotechnical University “LETI”, St. Petersburg, Russia;  
<sup>1</sup> vowa.suhinin@gmail.com, <sup>2</sup> zoa1999@mail.ru

**Abstract.** The paper discusses the development of a methodology for introducing a CRM system into the sales department of power tools. The features of doing business in the field of sales of power tools and existing methodologies for implementing various information systems are analyzed. A ready-to-use methodology is presented. As an example, the use of this methodology is given in a project to implement a domestic CRM system in the sales department of a large international company.

**Keywords:** information system, CRM system, implementation methodology, Accelerated SAP, Microsoft Solutions Framework, Application Implementation Methodology.

## **Введение**

В настоящее время на отечественном рынке электроинструментов представлено значительное количество компаний: как иностранных, так и отечественных. Большую часть рынка контролируют иностранные компании. Среди основных лидеров стоит выделить следующие организации: Hilti, Bosch, Stanley Black & Decker, Makita, Metabo, Milwaukee [1].

Иностранные производители электроинструментов остаются на отечественном рынке, несмотря на изменения экономической ситуации в России и оттока некоторых производителей программного обеспечения. Многие компании, как российские, так и зарубежные, столкнулись с блокировкой доступа к своим лицензионным продуктам [2]. Такая ситуация могла бы привести к трудностям для большинства из них, так как они не смогли бы быстро связаться с клиентами и работать с контрагентами, что приводило к значительным простоям в работе и финансовым потерям. Подобная ситуация является критичной для многих компаний.

Данная проблема возникла, в первую очередь, в области использования ИТ-продуктов, в частности, CRM-систем, которые являются основой для работы с клиентами на рынке продаж электроинструментов. В таких системах хранится вся информация о клиентах, поэтому любое взаимодействие с ними становится практически невозможным, если возникнут проблемы с использованием этой системы [3]. Именно поэтому так важно избежать любых проблем при использовании CRM-систем.

Следует отметить, что многие иностранные компании используют в России то же программное обеспечение, что и в своих других офисах, чтобы облегчить обмен информацией между ними. Тем не менее, еще более важным является то, что у этих предприятий существует отлаженная методология внедрения систем, и поэтому представители иностранных компаний в России все еще используют иностранные информационные продукты [4]. Однако в сложившейся ситуации это стало уязвимостью для структур хозяйствующих субъектов. Необходимо изменить данную ситуацию, чтобы предотвратить риски и избежать простоев в работе компаний.

Незначительное количество компаний готовы перейти на российские решения. Это связано с опасениями ухудшения качества и замедления процесса перехода. Для того, чтобы убедить российский бизнес в целесообразности такого перехода, необходимо привести ряд аргументов, демонстрирующих преимущества использования отечественного программного обеспечения [5]. Это позволит избежать проблем, которые могут возникнуть в случае, если компании будут вынуждены отказаться от зарубежных лицензий.

Для осуществления перехода на российское ПО необходимо разработать универсальную методику для направления [6]. Работа на данном рынке имеет свою специфику, которую необходимо учитывать. Если

принимать во внимание отраслевые особенности, то существенно повышается качество и скорость внедрения систем. Это касается не только CRM, но и любых других информационных систем.

### **1. Разработка методики внедрения CRM-системы**

Для разработки методики важно выделить и учитывать особенности ведения бизнеса на рынке продаж электроинструментов, такие как:

- необходимость осуществления мониторинга и контроля за получаемой из Европы продукцией, чтобы артикулы не были запрещены или не попадали под «двойное применение». Несоблюдение данных требований может привести к проблемам головного офиса. Это касается товаров, поступающих из Европы по официальному импорту (объём таких товаров составляет до 40 %) [7];

- осуществление продаж во всех сферах: B2B, B2C (через маркетплейсы), B2G. Контроль за всеми видами продаж и клиентов усложняет работу специалистов, так как необходимо в каждой сфере иметь своего специалиста и индивидуальные базы данных [8];

- реализация постпродажного обслуживания через зарегистрированные сервисные центры. Клиенты осуществляют сервисное взаимодействие через специальные центры, с которыми у компании заключены договоры. Необходимость учета специфики в договорах и осуществление ремонта или гарантийного возврата [9];

- наличие разнообразного контингент конечных пользователей, которыми могут быть как профессионалы, так и обычные люди, поэтому существует чёткое разделение в структуре инструментов: синие-профессиональные и зелёные-DIY. Специфика состоит в том, что необходимо создавать промоакции под все контингенты пользователей [10];

- процесс сертификации электроинструментов — сложный и комплексный процесс, в котором важно выполнить все технические регламенты таможенного союза для каждой конкретной единицы продукции [11].

Перечисленные особенности указывают на то, какие функции и возможности необходимо учесть при планировании внедрения. Следовательно, необходимо включить их в будущую методику.

Методика будет разработана на основе следующих трёх методологий:

- Application Implementation Methodology [12];

- Microsoft Solutions Framework [13];

- Accelerated SAP [14].

Каждая из представленных методологий имеет свои положительные особенности, которые необходимо будет использовать при разработке методики. Подэтапы рассмотренных методологий станут основой в данной работе.

После анализа особенностей сферы бизнеса и методологий была сформирована искомая методика. Она состоит из 5 этапов, в 4-х из них использовались уже созданные подэтапы и вместе с ними подэтапы, основанные на особенностях бизнеса и организации системы и бизнес-процессов компаний.

В методику добавлен этап «Подготовка к реализации», который обычно является частью других этапов. Но в данном случае, учитывая, что такая методика будет использоваться для быстрого внедрения системы, было принято решение выделить данный процесс в отдельный этап, чтобы не допустить ошибок при покупке и настройке необходимого оборудования и ПО.

Разработанная методика представлена в таблице 1. В ней выделены этапы методики, а также подэтапы, поясняющие необходимые для выполнения задачи. Данная таблиц полностью отображает разработанную методику.

Таблица 1

**Этапы и подэтапы методики внедрения CRM системы в отдел продаж электроинструментов**

Этапы	Используемые методологии	Подэтапы
1	2	3
<b>1. Подготовка проекта</b>	ASAP + предложения авторов	<b>ASAP:</b> Формирование команды проекта; определение целей и задач; оценка существующей инфраструктуры, подготовка документации, определение стратегии миграции данных [15]. <b>Предложения авторов:</b> Определение требований, предъявляемых к системе и формирование ТЗ, изучение директив и нормативных актов центрального офиса, определение стратегии и инструментов контроля за ввозимыми товарами на предмет попадания под санкции и наличия у них необходимых сертификатов, разработка стратегии взаимодействия с сервисными центрами
<b>2. Разработка решения</b>	MSF + предложения авторов	MSF: Определение критически важных функций и функционального разрыва, анализ основных бизнес-процессов отдела, определение критически важных для работы функций [16]. Предложения авторов: разработка инструментов по контролю за товарами, ввозимыми из стран, которые ввели санкции в отношении РФ, разработка способа переноса данных и интеграции с ERP-системой, разработка новых баз данных для работы с сервисными центрами, утверждение концептуального проекта с руководством (Россия и Центральный офис)

1	2	3
<b>3. Подготовка к реализации проекта</b>	предложения авторов	Приобретение лицензии выбранного программного продукта и дополнительного оборудования, разработка пользовательской документации и обучающих тренингов по работе с новой ИС
<b>4. Внедрение готового решения и переход к эксплуатации</b>	MSF + предложения авторов	MSF: Установка и настройка системы, тестирование системы, тестовый перенос накопленных данных, настройка учётных записей пользователей и прав доступа к базам данных, перенос накопленных данных, проведение обучающих тренингов по работе с новой системой, запуск синхронизации данных с ERP-системой и B2B-порталом, тестирование решения и устранение ошибок и багов, опытная эксплуатация, отладка системы в ходе эксплуатации [16]. Предложения авторов: Интеграция с ERP-системой отдела и B2B-порталом, подключение нескольких разных каналов взаимодействия со всеми клиентами (B2B, B2C, B2G), настройка и подключение новых баз данных для работы с сервисными центрами
<b>5. Эксплуатация и поддержка</b>	AIM + предложения авторов	AIM: Передача системы в промышленную эксплуатацию, обеспечение поддержки Предложения авторов: обучение сотрудников СІ-отдела осуществлению поддержки внедрённой системы [15]

## 2. Результаты апробации методики

Разработанная методика была использована в проекте по внедрению отечественной CRM-системы взамен иностранной в одной из компаний сферы продаж электроинструментов. Данный проект подходил для апробации предложенной методики, так как миграцию с одной системы на другую необходимо было выполнить в кратчайшие сроки.

Основные экономические показатели приведены в таблице 2.

По результатам проекта внедрение произошло успешно, так как было выполнено главное условие: осуществить проект за 3 месяца. Затраты на проект составили 2 950 000 рублей. Срок окупаемости при этом составляет 2,5 года и был рассчитан на основе данных из таблицы 2 [17]. Данные значения показателей были отражены в проектной ведомости и аналитических отчётах компании [18]. Внедрённая система положительно повлияла на работу компании несмотря на то, что она отличается от

той, что использовалась раньше. Положительная тенденция создавалась ещё и по той причине, что компания смогла занять долю рынка тех компаний, которые приняли решение уйти с российского рынка.

Таблица 2

**Экономические показатели работы компании**

Показатель	2022 (до внедрения)	2023 (после внедрения)
Выручка (руб.)	18 654 560	21 734 242
Количество клиентов	2 200	2 500
Количество заказов	9 800	11 000

**Заключение**

Подводя итоги данной работы, стоит отметить, что выполнена поставленная цель — уточнена методика внедрения CRM-систем специально для компаний, занимающихся продажей электроинструментов. В работе был проведен анализ специфики ведения такого бизнеса, рассмотрены методологии, подходящие для использования в данной области при внедрении ИС, предложена уточненная методика для предприятий данной отраслевой составляющей.

**Список литературы**

1. О рынке электроинструмента [Электронный ресурс] – 2023 – URL: <https://enex.market/news/o-rynke-elektroinstrumenta/> (дата обращения: 20.10.2023).
2. Горбунов А.Д. SAP CRM // Модернизация российской экономики: прогнозы и реальность. – 2017. – С. 185–188.
3. Слепнев С. Функциональные возможности отечественных CRM-систем // Управление продажами. – 2002. – № 3. – С. 45–52.
4. Моложай А.В., Сероштанова А.А. Актуальность использования CRM-систем в современном мире // Международный студенческий научный вестник. – 2022. – № 1. – С. 104. – EDN IXRKLD.
5. Казулин А.Л. Использование CRM-систем в малом бизнесе // ЭМПИ: материалы Международной мультидисциплинарной научно-практической конференции магистрантов и аспирантов; 5 апреля 2017 г., Брянск, Россия. – Брянск: ООО «Новый проект», 2017. – С. 283–286. – EDN YPDFAY.
6. Примеры содержания проектов внедрения ИС в различных методологиях [Электронный ресурс] // [bstudy.net](https://bstudy.net). – 2018. – URL: [https://bstudy.net/938875/tehnika/primery\\_soderzhaniya\\_proektov\\_vnedreniya\\_razlichnyh\\_metodologiyah](https://bstudy.net/938875/tehnika/primery_soderzhaniya_proektov_vnedreniya_razlichnyh_metodologiyah) (дата обращения: 21.10.2023).
7. От мостов до розеток: какие товары Евросоюз запретил поставлять в Россию [Электронный ресурс] // [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru). – 2013. – URL: <https://www.rbc.ru/economics/01/03/2023/63fe04fd9a7947fbb8e30d19> (дата обращения: 26.10.2023).

8. Что общего в управлении B2B и B2C моделями [Электронный ресурс] // habr.com. – 2021. – URL: <https://habr.com/ru/articles/548772/> (дата обращения: 24.10.2023).

9. Ермолина П.В., Кочерова В.В. Анализ предпосылок разработки регламента постпродажного обслуживания клиентов (на примере АН «Метро») // Семьдесят первая всероссийская научно-техническая конференция студентов, магистрантов и аспирантов высших учебных заведений с международным участием: сборник материалов конференции, в 3-х ч., 18 – 20 апреля 2018 г., Ярославль, Россия. Ч. 2. – Ярославль: Ярославский государственный технический университет, 2018. – С. 1079–1082. – EDN XVZСМН.

10. Диянова С.Н. Диверсификация лояльности – поиск новых способов взаимодействия и влияния на клиентов // Маркетинг в России на рубеже веков: реалии, проблемы, перспективы: монография. Выпуск 4. – М.: Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2012. – С. 72–89. – EDN VMOAXJ.

11. Рахманов С.С. Продвижение товаров и анализ рынка электроинструментов // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2014. – № 6. – С. 129–134. – EDN SZXEGN.

12. Григорьева Д.В. Преимущества и риски использования методологии Oracle AIM при внедрении бизнес-приложений 1С в транснациональных корпорациях // NovaInfo.Ru. – 2016. – Т. 1, № 46. – С. 24–32. – EDN VXOOKR.

13. Методологии разработки ПО: Microsoft Solutions Framework [Электронный ресурс] // gb.ru. – 2017. – URL: [https://gb.ru/posts/development\\_methodology\\_msf](https://gb.ru/posts/development_methodology_msf) (дата обращения: 25.10.2023).

14. Зайцев В.А. Методика внедрения решений SAP на предприятия фармацевтической отрасли на базе методологии ASAP // Перспективы развития информационных технологий: сборник материалов XXXVI Международной научно-практической конференции, 05 мая – 02 июня 2017 г., Новосибирск, Россия. – Новосибирск: Общество с ограниченной ответственностью «Центр развития научного сотрудничества», 2017. – С. 122–125.

15. Лукиянчук Е.А., Степанов А.Г. Основные методологии внедрения информационных систем от ведущих компаний // Актуальные проблемы экономики и управления. – 2018. – № 4(20). – С. 47–51. – EDN YSHNJJ.

16. Кольцов А.В., Федорова О.В. Проектирование архитектуры информационной системы с использованием методологий IDEF и MSF // Сборник трудов молодых ученых НОУ ВПО «Университет управления «ТИСБИ»» / Под науч. редакцией Ф.Г. Мухаметзяновой; НОУ ВПО «Университет управления «ТИСБИ»». – Казань: Университет управления «ТИСБИ», 2014. – С. 54–61. – EDN VSLCTN.

17. Ростова О.В., Ильин И.В. Управление инвестициями: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – 244 с.

18. Bosch Annual Report 2022 [Electronic Source] // bosch.com. – 2021 – URL: [https://assets.bosch.com/media/global/bosch\\_group/our-annual-report-2019.pdf](https://assets.bosch.com/media/global/bosch_group/our-annual-report-2019.pdf) (date of access: 19.10.2023).