

**Секция «Актуальные вопросы развития информационных технологий в экономике, менеджменте и бизнесе»,
научный руководитель – Пупков А.Н., канд. техн. наук, доцент**

**АНАЛИЗ ВОСТРЕБОВАННЫХ CRM-СИСТЕМ,
ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ**

Двойникова Е.А.

*Сибирский федеральный университет, Красноярск,
e-mail: kate_linnikova@mail.ru*

Взаимоотношения с клиентами – это фундамент любого бизнеса. Существует утверждение – «клиент всегда прав», и в наше время оно воспринимается как один из главных законов. Ни для кого не секрет, что чем грамотнее выстроены взаимоотношения с возможными клиентами, тем успешнее будет работа компании. Именно поэтому большинство организаций предпочитают работать с CRM-системой (Customer Relationship Management) – корпоративным информационным ресурсом, предназначенным для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов.

Многое уже изучено и написано о CRM-системах: от определений до способов внедрения. И каждый подобный программный продукт, со своими преимуществами и недостатками, может быть востребованным. А какие же CRM действительно зарекомендовали себя? Мною было протестировано пять CRM-систем: «SAP CRM», «AmoCRM», «Retail CRM», «Microsoft Dynamics CRM» и «Мегаплан». Данные программные продукты были выбраны согласно отзывам потребителей. Но, на мой взгляд, с точки зрения пользователя, лишь две системы способны считаться лучшими – это «AmoCRM» и «Microsoft Dynamics CRM». Ниже представлено их описание, выявлены преимущества/недостатки от использования.

1. «AmoCRM» – простая и надежная онлайн – CRM-система, для использования которой достаточно создать аккаунт на соответствующем сайте: <https://www.amocrm.ru>. Регистрация осуществляется очень просто, занимает не более 1 минуты.

Изучив данную систему, следует осветить ее функционал:

- Рабочий стол. На рабочем столе можно увидеть информацию о новых сделках. Если сделка прошла успешно, это тоже фиксируется в программе. Когда создается новая сделка, этапы можно отследить: переговоры, принятие решения и согласование договора. Содержится информация о задачах, поставленных пользователями. Осуществляется отсечка звонков, сообщений, писем. Можно сформировать цель на каждый день.

- Сделки. В данном разделе программы содержится вся информация о сделках: ее название, основной контакт, контакты компании, этап сделки и сумма денежных средств (бюджет). Следует отметить, что сделка создается достаточно легко (проверено во время тестирования работы с вкладкой «Сделки»).

- Контакты. При нажатии на складку «Контакты» высвечиваются все контакты, с которыми сотрудничает компания. Создание контакта осуществляется очень легко, нажав на кнопку в правом верхнем углу «Добавить контакт». Легкость в формировании контактных данных так же было протестировано.

- Задачи. Во вкладке «Задачи» можно сформировать необходимые мероприятия. Задачи могут быть созданы как на «сегодня», так и на «завтра». Во время тестирования была создана задача на «сегодня» – «Запланировать встречу». Создание задач осуществля-

ется при нажатии на кнопку в верхнем правом углу «Добавить задачу».

- Аналитика. Во вкладке «Аналитика» предусмотрены диаграммы распределения сделок по статусам, менеджерам или в другом удобном разрезе.

- Поддержка. Если возникнут какие-либо вопросы, можно в режиме онлайн обратиться за помощью.

При тестировании «AmoCRM» выявлены следующие преимущества:

- быстрая и легкая регистрация;
- умеренная ценовая политика;
- возможность настройки доступа;
- наличие бесплатной версии на 14 дней;
- наличие хорошо функционала;
- наличие приложений «AmoCRM» для Apple Iphone и Android, следовательно, возможность работы в режиме онлайн;
- интеграция «AmoCRM» с АТС, звонки из интерфейса программы;
- создание e-mail рассылок, наличие хранилища DropBox.

При тестировании «AmoCRM» выявлены следующие недостатки:

- легкость (нет уникальности для предприятия);
- в наиболее доступных по цене тарифах стоят ограничения на некоторые настройки (чем дороже, тем наиболее функционально).

2. «Microsoft Dynamics CRM» – система для управления взаимоотношениями с клиентами. Повышает продуктивность сотрудников внутри и вне организации, облегчает взаимодействие отделов продаж, маркетинга и обслуживания клиентов. Данная CRM-система создана для различных сфер бизнеса, таких как: продажи, обслуживание, маркетинг, управление крупным предприятием, управление малым и средним бизнесом.

«Microsoft Dynamics CRM» находится в свободном доступе на сайте: <https://www.microsoft.com/ru-ru/dynamics/crm.aspx>.

Продукт является платным, но можно получить бесплатную пробную версию на 30 дней. Для этого необходимо зарегистрироваться на сайте. Перед получением пробной версии можно пройти Тест-драйв данной CRM-системы.

После использования пробной версии выявлены следующие преимущества:

- привлекательный интерфейс;
- хороший функционал для бесплатной версии (доступно множество необходимых функций);
- наличие мобильных приложений;
- насыщенность современными программами (Skype для Business, группы Office 365 и OneNote);
- наличие бесплатного интернет-хранилища данных OneDrive.

После использования пробной версии выявлены следующие недостатки:

- сложность при регистрации – проблематично подобрать пароль, который бы удовлетворял программным требованиям;
- долгий процесс автоматических настроек (время ожидания составляет больше 15–20 минут).

Тест-драйв представлен на английском языке (но для людей, владеющих иностранным языком, это не будет считаться недостатком).

Конечный вывод согласно исследованию: протестировав различные CRM-системы с точки зрения пользователя, хотелось бы отметить, что не каждый разработчик системы взаимоотношения с клиентами способен помочь обратившемуся к нему заказчику определиться с выбором. Данное суждение актуально для Демо-вариантов (зачастую, Демо-варианты не оснащены достаточным функционалом). Безусловно, разработанная индивидуально CRM-система способна быть полезна заказчику во всех аспектах его деятельности. Но человеку, только начинающему управленческую деятельность и не имеющему достаточных денежных средств для приобретения полноценной CRM-системы, не всегда удобны Демо-варианты, а покупать продукт, не протестировав его работу в полной мере – нецелесообразно.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЛАЧНЫХ СЕРВИСОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Калинина А.А., Сайко С.О., Телешева Н.Ф.

*Сибирский федеральный университет, Красноярск,
e-mail: a_smile@bk.ru*

В современном мире каждый день, каждый человек получает, обрабатывает, хранит и передает какую-либо информацию. В нашем постиндустриальном обществе информация выступает в роли фундамента в любом деле. Со стремительным нарастанием объема информации, знания сами по себе перестают быть самоцелью, они становятся условием для успешной реализации личности, ее профессиональной деятельности. Информации становится настолько много, создаются специальные носители для различного рода информации. Развивается мощность процессоров, жесткие диски способны хранить все больше информации, интернет-канал становится с каждым днем все больше и больше.

Информационные технологии в сфере образования в современном мире является необходимым условием поступательного развития общества. Информатизация и совершенствование технологий обучения занимает одно из главных мест среди многочисленных новых направлений развития образования.

Актуальность применения новых информационных технологий в образовании состоит в том, что они не только выполняют функции инструментария, используемого для решения отдельных педагогических задач, но и придают качественно новые возможности обучения, формирования навыков самостоятельной учебной деятельности, стимулируют развитие дидактики и методики, способствуют созданию новых форм обучения и образования. С развитием компьютерных средств и внедрением их в образовательный процесс у его участников появляются новые возможности, реализуются новые подходы.

Современная молодежь ежедневно нуждается в выходе в социальные сети, либо интернет. Но в интернете, как известно, очень много различной ненужной и труднодоступной информации, что делает старания пользователя бессмысленными. Для этого модераторы решили облегчить поиск информации, отсеивать при этом не нужную, и находить лучшие варианты поиска для пользователей, создав облачный сервис. А конкретно, облачные технологии.

Итак, что такое облачный сервис? Облачный сервис – это новая парадигма, предполагающая распределенную и удаленную обработку и хранение данных. Иными словами, это помощник в интернет сети, который обеспечивает обработку и исполнение информации для пользователя. Так же облачные технологии помогают удобно организовать процесс обучения, по-

высить качество подготовки за счет оперативного изменения учебных планов. В качестве примера можно привести: личные кабинеты учеников и преподавателей, электронные журналы, книги.

Эффективность работы облачных сервисов во многом зависит и от самого пользователя, насколько грамотно он сможет использовать свои знания, умения, и предоставленную ему технологию. Так же, с помощью облачных технологий стало возможно хранить информацию на виртуальных серверах, уже прогруженные файлы, возможность воспроизвести их без повторной загрузки.

С помощью облачных технологий стало удобно добавлять таблички, редактировать, добавлять, удалять файлы с мобильных устройств, других ПК, ноутбуков. Возможность публикации web-страниц в интернет для общего доступа. Доступность проведения совместных и индивидуальных работ.

Это внедрение имеет ряд преимуществ:

- организация совместной работы для большого коллектива преподавателей и учащихся;
- возможность как для учеников, так и для учителей совместно использовать и редактировать документы различных видов;
- быстрое включение создаваемых продуктов в образовательный процесс из-за отсутствия территориальной привязки пользователя сервиса к месту его предоставления;
- организация интерактивных занятий и коллективного преподавания;
- выполнение учащимися самостоятельных работ, в том числе коллективных проектов, в условиях отсутствия ограничений на «размер аудитории» и «время проведения занятий»
- взаимодействие и проведение совместной работы с сверстниками независимо от их местонахождения;
- организация разных форм контроля;
- перемещение в облако используемых систем управления обучением (LMS);
- новые возможности для исследователей по организации доступа, разработке и распространению прикладных моделей.

Таким образом, главным достоинством использования облачных технологий в образовательном процессе является организация совместной работы учащихся и преподавателя.

Использование онлайн-сервисов в образовании привело к росту популярности модели SECI (Socialisation Combination Internalisation), разработанной Ikujiro Nonaka с соавторами при использовании создания информации в инновационных компаниях.

В рамках модели были определены четыре фазы преобразования знаний:

Социализация – обмен неявными знаниями, которые могут быть приобретены только через обмен опытом.

Экстернализация – процесс актуализации неявных знаний в явные знания, которые становятся основой для нового знания.

Комбинация – процесс преобразования явного знания в более сложные и систематизированные комбинации явного знания.

Интернализация – процесс воплощения явного знания в неявные знания. Через интернализацию созданные явные знания через организацию конвертируются в индивидуальные неявные знания [1].

Данной технологией заинтересованы такие компьютерные компании гиганты как: Google, которые создали и продвигают в массы свой продукт под названием Google Docs.