

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗРОБКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ВІДНОСИНАМИ З КЛІЄНТАМИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі проведено аналіз сучасних систем управління відносинами з клієнтами (CRM) та визначено ключові напрямки для розвитку нових інформаційних технологій в цій сфері. Встановлено, що багато існуючих CRM-систем обмежуються стандартним набором функцій, які не враховують специфіку різноманітних бізнес-моделей та не забезпечують достатньої гнучкості для адаптації під унікальні вимоги кожного підприємства. Нова інформаційна технологія сприятиме вирішенню цих проблем, забезпечуючи індивідуалізовані можливості для глибокого аналізу даних, автоматизації маркетингових кампаній та персоналізації комунікацій з клієнтами.

Ключові слова: управління відносинами з клієнтами, CRM, інформаційна технологія, автоматизація, персоналізація, аналіз даних.

Abstract

The paper analyzes modern customer relationship management (CRM) systems and identifies key directions for the development of new information technologies in this area. It was established that many existing CRM systems are limited to a standard set of functions that do not take into account the specifics of various business

models and do not provide sufficient flexibility to adapt to the unique requirements of each enterprise. New information technology will contribute to solving these problems, providing individualized opportunities for deep data analysis, automation of marketing campaigns and personalization of communications with customers.

Keywords: customer relationship management, CRM, information technology, automation, personalization, data analysis.

Вступ

У динамічному та висококонкурентному сучасному бізнес-середовищі, де технології швидко розвиваються, а очікування клієнтів постійно зростають, компанії стикаються з необхідністю не тільки пропонувати високоякісні товари та послуги, але й надавати неперевершений рівень обслуговування клієнтів. У цьому контексті, управління відносинами з клієнтами (CRM) виходить на передній план як критично важливий інструмент, що дозволяє підприємствам підтримувати та розвивати взаємовигідні відносини зі своїми клієнтами. Однак, традиційні CRM системи часто виявляються недостатньо гнучкими або адаптивними до унікальних потреб кожного бізнесу, що призводить до потреби в інноваціях та розробці нових технологічних рішень [1].

Мета цієї роботи полягає у глибокому аналізі недоліків існуючих CRM систем та розробці нових підходів до управління відносинами з клієнтами, що забезпечать високу ступінь персоналізації, гнучкості та інтеграції з іншими бізнес-процесами. Ці інноваційні підходи мають на меті допомогти компаніям не тільки зберегти конкурентні переваги, але й створити додаткову цінність для своїх клієнтів, покращуючи якість взаємодії та задоволення клієнтів на кожному кроці їхнього шляху.

Виходячи з цього, дослідницький інтерес охоплює розробку нових функціональних можливостей, таких як розширені аналітичні інструменти для глибокого розуміння потреб клієнтів, автоматизація маркетингових кампаній для ефективного залучення та утримання клієнтів, а також впровадження інноваційних засобів комунікації, включаючи чати та інструменти для створення нотаток, що дозволять компаніям підтримувати постійний діалог зі своїми клієнтами. Тому розробка інформаційної технології управління відносинами з клієнтами є доцільною та має практичне значення. Така розробка потребує врахування найсучасніших тенденцій у технологіях та адаптації до змінних вимог ринку, щоб забезпечити максимально ефективно та гнучке управління відносинами з клієнтами.

Результати дослідження

Ретельний аналіз існуючих систем CRM підкреслив декілька критичних недоліків у їх функціональності. Зокрема, було виявлено, що деякі системи не забезпечують достатньої підтримки для обробки великих обсягів даних, необхідних для ефективного аналізу поведінки споживачів та формування персоналізованих пропозицій. Крім того, існуючі рішення часто не мають засобів для інтеграції з іншими бізнес-системами, що обмежує їх ефективність у рамках комплексного управління підприємством. Новий підхід, запропонований в цій роботі, передбачає створення гнучкої та масштабованої системи, яка забезпечить комплексну підтримку усіх процесів CRM, включаючи збір, аналіз, використання та зберігання даних про клієнтів [2].

Проведений аналіз передових CRM систем виявив такі основні недоліки:

Salesforce: вважається однією з найпотужніших CRM систем на ринку. Salesforce може бути надто складною для малого та середнього бізнесу через високу вартість та складність налаштування [3];

Zoho CRM: попри свою доступність та легкість використання Zoho CRM має обмеження щодо інтеграції з іншими системами, що може створити перешкоди для компаній зі складними процесами [4];

Microsoft Dynamics 365: ця система пропонує глибоку інтеграцію з іншими продуктами Microsoft, але може виявитися дороговказною для невеликих організацій, а також вимагати значних витрат на навчання персоналу [5];

HubSpot: відомий своїми інструментами для інбаунд-маркетингу. HubSpot може не надавати достатньої функціональності для комплексного управління клієнтськими відносинами в деяких більш специфічних сферах бізнесу [6].

На основі цього аналізу стає зрозуміло, що існуючі рішення не завжди можуть забезпечити необхідний рівень індивідуалізації та гнучкості, який потрібен сучасним компаніям. Тому, виникає потреба у розробці нового підходу до CRM, який би об'єднував гнучкість налаштувань, легкість інтеграції з іншими системами, доступність для різних розмірів бізнесу та можливість глибокого аналізу даних.

Особливості запропонованої CRM системи полягають в тому, що до її складу входять чат та нотатки:

- чат – це вбудований інструмент для миттєвого обміну повідомленнями з клієнтами, що дозволяє швидко реагувати на їх запити та підвищувати задоволеність обслуговуванням;
- нотатки – це функціонал для створення та зберігання нотаток, пов'язаних з клієнтськими акаунтами, що дозволяє зберігати важливу інформацію та історію взаємодії з кожним клієнтом.

Висновки

На основі детального аналізу існуючих CRM систем і виявлених недоліків, можна зробити висновок про критичну необхідність розробки нової інформаційної технології у сфері управління відносинами з клієнтами. Нова технологія має забезпечити:

- вищу ступінь індивідуалізації комунікацій з клієнтами, дозволяючи компаніям створювати персоналізовані маркетингові кампанії та пропозиції;
- гнучкість налаштувань та інтеграції з іншими бізнес-системами, щоб забезпечити легкість впровадження і використання навіть для малого та середнього бізнесу;
- можливість глибокого аналізу даних для кращого розуміння потреб та поведінки клієнтів, що дозволить підвищити ефективність взаємодії з ними.

Така розробка вимагає не тільки технологічних інновацій, але й глибокого розуміння специфіки різних бізнес-моделей та потреб клієнтів для створення дійсно ефективного та гнучкого рішення для управління відносинами з клієнтами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Що таке CRM система та як вона працює [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.creatio.com/ua/crm/what-is-crm> (дата звернення: 10.03.2024). – Назва з екрана.
2. Fatouretchi Max. The Art of CRM: Proven strategies for modern customer relationship management / Max Fatouretchi. – Packt publishing ltd: BIRMINGHAM - MUMBAI, 2019. – 335 p.
3. Salesforce [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.salesforce.com> (дата звернення: 10.03.2024). – Назва з екрана.
4. Zoho CRM [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.zoho.com> (дата звернення: 10.03.2024). – Назва з екрана.

5. Microsoft Dynamics 365 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://learn.microsoft.com/uk-ua/dynamics365/get-started/intro-crossapp-index> (дата звернення: 10.03.2024). – Назва з екрана.

6. HubSpot [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hubspot.com> (дата звернення: 10.03.2024). – Назва з екрана.

Шаргало Дмитро Володимирович – студент групи 2КН-23м, факультет інтелектуальних інформаційних технологій та автоматизації, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: bigdcoolboy@gmail.com.

Крилик Людмила Вікторівна – к.т.н, доцент, доцент кафедри комп'ютерних наук, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Sharhalo Dmytro V. – Faculty of Intelligent Information Technology and Automation, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: bigdcoolboy@gmail.com.

Krylik Lyudmila V. – PhD (Eng.), Associate Professor of Department for Computer Science, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.