

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки: 27.03.05 Инноватика

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

| Тема работы |
|--|
| Система управления взаимоотношениями с клиентами «Битрикс24» как организационно-управленческая инновация для ООО «ВебСеверск» |

УДК 005.95:005.32:316.422

Студент

| Группа | ФИО | Подпись | Дата |
|--------|----------------|---------|------|
| ЗН41 | Орловский Р.Е. | | |

Руководитель

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|------------------------|-------------|---------------------------|---------|------|
| Главный эксперт ШИП | Зернин И.Ф. | | | |

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|-------------------|-------------------|---------------------------|---------|------|
| Ассистент ООТД | Мезенцева И.Л. | | | |

Нормконтроль

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|-----------|--------------|---------------------------|---------|------|
| Ассистент | Акчелов Е.О. | | | |

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

| Руководитель ООП | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|---------------------|-------------------|---------------------------|---------|------|
| Доцент | Корниенко А.А. | к.т.н. | | |

Томск – 2018 г.

Планируемые результаты обучения по направлению подготовки

27.03.05 Инноватика

| Код | Результат обучения |
|--|--|
| Общие по направлению подготовки | |
| P1 | Использовать логически верную, аргументированную и ясную речь на русском и одном из иностранных языков в рамках осуществления межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии. |
| P2 | Анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции, воспринимая межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. |
| P3 | Понимать значения гуманистических ценностей, принимать на себя нравственные обязательства по отношению к обществу и природе для сохранения и развития цивилизации, использовать методы и средства физической культуры для обеспечения социальной и профессиональной деятельности, следовать принятым в обществе и профессиональной среде этическим и правовым нормам, использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности, использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций. |
| P4 | Использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных, философских и экономических наук, законы естественнонаучных дисциплин, методы, способы, средства и инструменты работы с информацией в профессиональной деятельности в процессе самоорганизации и самообразования, в т. ч. для формирования мировоззренческой позиции. |
| P5 | Находить и принимать решения в нестандартных ситуациях, нести ответственность за принятые решения; организовать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации работ по проекту и нормированию труда, управления персоналом с соблюдением основных требований информационной безопасности, правил производственной безопасности и норм охраны труда. |
| P7 | Применять знания математики, физики и естествознания, химии и материаловедения, теории управления и информационные технологии для выбора и обоснования оптимальности проектных, конструкторских и технологических решений; выбирать технические средства и технологии, учитывая экологические последствия реализации проекта и разрабатывая меры по снижению возможных экологических рисков, применять знания истории, философии, иностранного языка, экономической теории, русского языка делового общения для организации инновационных процессов. |
| P8 | Применять конвергентные и мульти дисциплинарные знания, современные методы исследования и моделирования проекта, использовать современные информационные технологии и инструментальные средства, в том числе пакеты прикладных программ деловой сферы деятельности, сетевые компьютерные технологии и базы данных для решения прикладных инженерно-технических и технико-экономических задач, исследования и моделирования, разработки и управления проектом, выполнения работ по сопровождению информационного обеспечения и систем управления проектами. |
| Профиль «Предпринимательство в инновационной деятельности» | |

| | |
|-----|---|
| Р6 | Анализировать проект (инновацию) как объект управления, систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов, затратам, рискам реализации проекта, использовать нормативные документы по качеству, стандартизации в практической деятельности, излагать суть проекта, представлять схему решения. |
| Р9 | Использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования, спланировать необходимый эксперимент, получить адекватную модель и исследовать ее. |
| Р10 | Разрабатывать проекты реализации инноваций с использованием теории решения инженерных задач и других теорий поиска нестандартных, креативных решений, формулировать техническое задание, использовать средства автоматизации при проектировании и подготовке производства, составлять документацию, презентовать и защищать результаты проделанной работы в виде статей и докладов. |

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства

Направление подготовки: 27.03.05 Инноватика

Уровень образования бакалавриат

Период выполнения (осенний / весенний семестр 2017/2018 учебного года)

Форма представления работы:

Бакалаврская работа

(бакалаврская работа, магистерская диссертация)

Тема работы:

**Система управления взаимоотношениями с клиентами «Битрикс24»
как организационно-управленческая инновация для ООО
«ВебСеверск»**

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН

выполнения выпускной квалификационной работы

| | |
|--|---------------|
| Срок сдачи студентом выполненной работы: | 22.06.2018 г. |
|--|---------------|

| Дата контроля | Название раздела (модуля) / вид работы (исследования) | Максимальный балл раздела (модуля) |
|---------------|---|------------------------------------|
| 30.04.2018 | Теоретические аспекты внедрения CRM-системы управления на предприятии. Изучение сущности проектного управления, опыта внедрения CRM-систем компаниями, выбор CRM-системы. | отлично |
| 05.05.2018 | Организация внутренних процессов и взаимоотношения с клиентами ООО «ВебСеверск». Анализ микросреды предприятия. | отлично |
| 10.05.2018 | Организация внутренних процессов и | отлично |

| | | |
|-------------------|--|----------------|
| | взаимоотношения с клиентами ООО «ВебСеверск». Анализ бизнес-процессов и выявление проблем. | |
| 15.05.2018 | Повышение конкурентоспособности предприятия на основе внедрения системы управления взаимоотношениями с клиентами. Внедрение CRM-системы «Битрикс-24». | отлично |
| 20.05.2018 | Повышение конкурентоспособности предприятия на основе внедрения системы управления взаимоотношениями с клиентами. Внедрение уровневой системы оплаты труда, анализ экономической эффективности. | отлично |

Составил преподаватель:

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|---------------------|-------------|------------------------|---------|------|
| Главный эксперт ШИП | Зернин И.Ф. | | | |

Принял студент:

| ФИО | Подпись | Дата |
|----------------------------|---------|------|
| Орловский Роман Евгеньевич | | |

СОГЛАСОВАНО:

| Руководитель ООП | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|------------------|----------------|------------------------|---------|------|
| Доцент | Корниенко А.А. | к.т.н. | | |

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки: 27.03.05 Инноватика

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП _____ Корниенко
А.А. _____
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Бакалаврской работы

Студенту:

| Группа | ФИО |
|-------------|-----------------------------------|
| ЗН41 | Орловский Роман Евгеньевич |

Тема работы:

| | |
|--|----------------------------|
| Система управления взаимоотношениями с клиентами «Битрикс24» как организационно-управленческая инновация для ООО «ВебСеверск» | |
| Утверждена приказом директора | №3528/с от 18.05.2018г. |
| Срок сдачи студентом выполненной работы: | 22.06.2018г. |

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

| | |
|---|--|
| Исходные данные к работе | Публикации в периодической печати, учебные пособия, отчёты аналитических компаний и маркетинговых агентств, самостоятельно собранный материал. |
| Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов | Понятие проектного управления, изучение CRM-систем, анализ микросреды предприятия, внедрение CRM-системы, внедрение уровневой системы оплаты труда, экономическое обоснование. |

| | |
|--|--|
| <p>Перечень графического материала (с точным указанием обязательного иллюстративного материала)</p> | <p>Рисунок 1 - Жизненный цикл CRM системы Рисунок 2 - Структура управления компанией «ВебСеверск» Рисунок 3 - Интерфейс карточки компании в «Битрикс-24» Рисунок 4 - Интерфейс списка проектов компании в «Битрикс-24» Таблица 1 - Сравнение CRM-систем Таблица 2 - SWOT-анализ Таблица 3 - Условия уровневой системы оплаты труда в различных отделах компании Таблица 4 - Расчет затрат на внедрение «Битрикс-24» Таблица 5 - Опасные и вредные факторы при внедрении CRM-системы «Битрикс-24»</p> |
| <p>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы</p> | |
| <p>Раздел</p> | <p>Консультант</p> |
| <p>Раздел «Социальная ответственность»</p> | <p>Ассистент ООТД Мезенцева И.Л.</p> |

| | |
|--|-------------------|
| <p>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</p> | <p>18.04.2018</p> |
|--|-------------------|

Задание выдал руководитель:

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|----------------------------|--------------------|------------------------|---------|------|
| <p>Главный эксперт ШИП</p> | <p>Зернин И.Ф.</p> | | | |

Задание принял к исполнению студент:

| Группа | ФИО | Подпись | Дата |
|-------------|-----------------------|---------|------|
| <p>ЗН41</p> | <p>Орловский Р.Е.</p> | | |

Оглавление

| | |
|--|----|
| Реферат | 9 |
| Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки | 10 |
| Введение | 11 |
| 1. Теоретические аспекты внедрения CRM-системы управления на предприятии | 14 |
| 1.1 Понятие и сущность проектного управления | 14 |
| 1.2 Теоретические аспекты внедрения CRM системы | 18 |
| 1.3 Выбор CRM-системы для предприятия | 24 |
| 2. Организация внутренних процессов и взаимоотношения с клиентами ООО «ВебСеверск» | 28 |
| 2.1 Общая характеристика предприятия | 28 |
| 2.2 SWOT – анализ предприятия | 32 |
| 2.3 Анализ бизнес-процессов предприятия | 35 |
| 2.4 Проблемы ведения управленческого учета, организации взаимоотношений с клиентами и начисления заработной платы | 38 |
| 3. Повышение конкурентоспособности ООО «ВебСеверск» на основе внедрения системы управления взаимоотношениями с клиентами | 40 |
| 3.1 Внедрение CRM-системы «Битрикс-24» | 40 |
| 3.2 Внедрение уровневой системы начисления заработной платы сотрудникам | 43 |
| 3.3 Оценка экономической эффективности внедрения «Битрикс-24» | 47 |
| 4. Раздел «Социальная ответственность» | 52 |
| Заключение | 60 |
| Список используемых источников | 62 |

Реферат

Выпускная квалификационная работа – 64с., 4 рисунка, 23 использованных источника, 5 таблиц.

Ключевые слова: CRM-система, управление, информационное обеспечение, эффективность управления, торговля, клиенты, автоматизация.

Предметом исследования является процесс внедрения CRM-системы для организации и систематизации бизнес-процессов в ООО «ВебСеверск».

Объектом исследования является ООО «ВебСеверск».

В процессе работы проводились изучение и систематизация информации по предмету и объекту исследования. Источники информации представлены в списке использованных источников.

Новизна исследования состоит в том, что в данной работе изучается эффективность внедрения CRM-системы на предприятии с точки зрения организации внутренних процессов, а не только организации работы с клиентами.

Цель работы – доказать либо опровергнуть целесообразность внедрения CRM-системы в систему менеджмента ООО «ВебСеверск».

В результате исследования был установлен ряд проблем на предприятии, для решения которых была внедрена CRM системы «Битрикс-24» в ООО «ВебСеверск». Отмечена практическая значимость результатов выпускной квалификационной работы на предприятии.

Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки

В данной работе применены следующие термины с соответствующими определениями:

CRM: прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

Level up: повышение уровня в уровневой системе оплаты труда.

Level down: понижение уровня в уровневой системе оплаты труда.

SEO: всестороннее развитие и продвижение сайта для его выхода на первые позиции в результатах выдачи поисковых систем по выбранным запросам с целью увеличения посещаемости и дальнейшего получения дохода.

SMM: процесс привлечения внимания через социальные платформы. Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач.

Лид: это человек, который проявил интерес к продукту и оставил свои контактные данные (электронная почта, телефон или другая информация).

РСЯ: рекламная система «Яндекса».

Стейкхолдер: понятие, которое описывает человека, группу лиц или отдельные организации, чьи действия, поведение или решения могут влиять на успешность системы.

Введение

CRM-система (Customer Relationship Management или Управление отношениями с клиентами) — это прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путем сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

ООО «ВебСеверск» - предприятие, ключевой деятельностью которого является обработка данных, предоставление услуг по размещению информации и связанная с этим деятельность.

CRM-системы созданы для организаций, которые заинтересованы в автоматизации взаимодействия между клиентами. Фактически, данное программное обеспечение занимает должность менеджера по продажам. Ведь в его функции заложен поиск клиентов, налаживание с ним отношений, прием заказов и их оформление.

Актуальность данной дипломной работы заключается в том, что в сфере информационных технологий бизнес не может существовать без грамотного управления как внутренней организацией бизнес-процессов, так и организацией взаимоотношений с клиентами. Для повышения эффективности работы и прибыльности предприятия внедряются CRM-системы.

Новизна дипломной работы заключается в изучении эффективности внедрения CRM-систем не с точки зрения работы с клиентами, а с точки зрения организации внутренних процессов предприятия.

Цель работы – доказать либо опровергнуть целесообразность внедрения CRM-системы.

Для достижения поставленной цели были поставлены и решены следующие задачи:

1. Привести общую характеристику предприятия ООО «ВебСеверск»;
2. Исследовать организацию взаимоотношений с клиентами ООО «ВебСеверск»;
3. Выявить проблемы ведения управленческого учета, организации взаимоотношения с клиентами и начисления заработной платы в ООО «ВебСеверск»;
4. Внедрить систему управления взаимоотношениями с клиентами «Битрикс-24» для повышения конкурентоспособности предприятия;
5. Внедрить уровневую систему начисления заработной платы сотрудникам.
6. Провести анализ экономической эффективности внедрения CRM-системы

В данной работе представлены результаты выполнения описанных выше задач выпускной квалификационной работы. Отчет состоит из трех глав.

Первая глава содержит результаты теоретического исследования. В ней говорится о понятии и сущности проектного управления, изучении опыта внедрения CRM-систем, а так же выбор CRM-системы для компании.

Во второй главе отчета говорится об исследовании деятельности предприятия. В ней приводится общая характеристика предприятия, условия функционирования, его организационная структура, бизнес-процесс, который возникает в процессе деятельности веб-студии, а так же анализируются проблемы, с которыми столкнулось предприятие.

В третьей главе приводится описание процесса внедрения CRM-системы «Битрикс-24», внедрения уровневой системы начисления заработной платы сотрудникам компании а так же экономическое обоснование.

Результатом данного исследования оказалось внедрение CRM-системы «Битрикс-24» в компании ООО «ВебСеверск», которое показало свою экономическую и управленческую эффективность уже в первые месяцы.

1. Теоретические аспекты внедрения CRM-системы управления на предприятии

1.1 Понятие и сущность проектного управления

Проект (от лат. *projectus* – брошенный вперед, выступающий, выдающийся вперед) – замысел, идея, образ, воплощенные в форму описания, обоснования, расчетов, чертежей, раскрывающих сущность замысла и возможность его практической реализации.

Каждый проект является особенным и отличается от других. Говоря по-другому он уникален. По меньшей мере, один проект будет отличаться от другого хотя бы одним из параметров, таких как: время, место проведения, ресурсы, условия, исполнители и.т.д.

Но в то же время, уникальность может проявляться по-разному. Проект может быть полностью уникален, сам по себе. Ярким примером является первый полет человека в космос. Либо проект может быть уникален какой-либо своей особенностью. Например, производство компьютеров по новой технологии. Несмотря на то, что компьютеры производятся уже несколько десятилетий, особенность изготовления делает проект уникальным [1].

Уникальность влечет за собой следующее свойство проектной деятельности – ее разовый характер. Нельзя взять и повторить завершенный проект. В данном случае он теряет свою уникальность. Получается, это был не проект.

У каждого проекта имеется своя четко поставленная цель, которая должна быть реализуема. В ней затронуты технические, экономические, временные, организационные аспекты.

Исключительной особенностью проекта является его ограниченность во времени. У любого проекта есть дата зарождения, дата начала исполнения, сроки исполнения, и дата завершения.

Для упрощения управления проектом, все это время работы над проектом разбивается на несколько фаз. Их совокупность – это жизненный цикл проекта.

Жизненный цикл проекта имеет 5 фаз:

- Инициализация (3 Initialization);
- Планирование ([англ. Planning](#));
- Выполнение ([англ. Executing](#));
- Контроль и мониторинг ([англ. Controlling and Monitoring](#));
- Завершение ([англ. Closing](#)) [2].

Стоит отметить, что жизненный цикл проектов в разных отраслях имеет разную структуру и специфику. Так, например, в ИТ-сфере добавляется шестая фаза: поддержка проекта, где производимые веб-студиями вебсайты продолжают наполняться новыми текстовыми блоками, продвигаться в интернете, поддерживается хостинг вебсайтов.

У каждого проекта есть факторы, которые регулируют его планирование, управление и реализацию. К ним относятся:

- Тип проекта, а так же сфера, к которой он относится. Данный фактор оказывает наибольшее влияние на проект.
- Финансовые возможности проекта. Слабые возможности могут ухудшить проект с точки зрения качества, а так же увеличить время его выполнения.
- Стратегия реализации проекта. Влияет на организацию проекта, мониторинг и управление.
- Технологические и управленческие особенности. Данный аспект говорит об отрасли, в которой проект реализуется, что влечет за собой специфику проекта [3].

Существует также набор знаний, свойственных проекту и обеспечивающих его эффективное завершение.

1. Управление коммуникациями проекта.

Знания о грамотном построении управления коммуникациями проекта позволяют своевременно формировать, подготавливать, распространять, архивировать, получать и использовать всю информацию, которая актуальна для данного проекта. Кто владеет информацией, тот владеет миром. Именно поэтому данный пункт является одним из самых важных в проектной деятельности. Руководители тратят наибольшую часть времени работы над проектом именно на осуществление коммуникаций с членами команды проекта и его стейкхолдерами, как внутренними, так и внешними. Эффективность коммуникации заключается в том, что они служат связующим звеном между различными заинтересованными сторонами, вовлеченными в конкретный проект [4]. Правильное управление коммуникациями заключается в объединении разнообразных культурных и организационных особенностей, консолидации накопленного опыта, сопоставления различных взглядов и интересов с целью выстраивания базовой структуры управления проектом.

2. Управление командой проекта.

Командой проекта является набор работников и руководителей, которые исполняют конкретные роли, выполняют конкретные задачи и несут ответственность за выполнение проекта. Данный кадровый состав зачастую меняется по ходу реализации проекта. Именно грамотное распределение ролей и делегирование полномочий, правильное назначение ответственности членом команды дает возможность задействовать всех членов команды на различных этапах проекта. В случае привлечения членов команды к проекту на ранних стадиях даёт возможность применять имеющийся у них опыт уже на этапе планирования проекта, позволяет укрепить нацеленность команды проекта на достижение определенных результатов [5].

3. Управление сроками проекта.

Одним из важных критериев успешности проекта являются сроки его выполнения. Под управлением сроками проекта или точнее говоря временем

т.к. время, более широкое понятие, понимаются процессы, посредством которых обеспечивается своевременное завершение проекта.

Схема данных процессов подразумевает:

- Определение операций;
- Определение последовательности операций;
- Оценка ресурсов операций;
- Оценка длительности операций;
- Разработка расписания;
- Управление расписанием.

4. Управление содержанием проекта.

Под управлением содержанием понимаются процессы, позволяющие производить выборку, фильтрацию и группировку по проекту тех и только тех работ, которые понадобятся руководителю проекта для успешного завершения проекта [6]. Управление содержанием проекта напрямую связано с определением и контролем того (содержания), что будет включено и что не будет включено в проект. Описываются схемы процессов сбора требований, определения содержания проекта, создания иерархической структуры работ, подтверждения содержания и управления содержанием.

5. Управление качеством проекта.

Под управлением качеством проекта подразумеваются процессы и различные действия со стороны исполняющей организации, подходы и политики в области качества, цели, задачи и зоны ответственности в области качества следующим образом - проект должен удовлетворять тем потребностям, ради которых он был инициирован. Само управление качеством проекта производится с помощью системы управления качеством, которая предусматривает набор определенных правил и процедур, в том числе и действия по постоянному совершенствованию процессов. Лучшей практикой считается, когда данные действия проводятся на всем протяжении

проекта. Схема процессов управления качеством включает в себя: планирование качества, обеспечение качества и контроль качества.

6. Управление заинтересованными сторонами.

Под процессами управления ожиданиями заинтересованными сторонами проекта понимается как таковое общение между командой проекта и стейкхолдерами, а также работы направленные на удовлетворение их потребностей и решение возникающих проблем, которые могут повлечь за собой изменения на проекте. Благодаря правильному выстраиванию отношений между всеми заинтересованными сторонами на проекте, руководитель проекта может увеличить вероятность успеха [7].

Реализация любого проекта происходит в определённой среде, оказывающей на него непосредственное влияние.

Принято различать внутреннюю среду проекта (условия совместного труда руководителя проекта и его команды), микроокружение проекта (сферы непосредственного взаимодействия всех участников реализации проекта) и макроокружение проекта (политические, общеэкономические, правовые и иные условия реализации проекта, не оказывающие на него прямого воздействия).

Управление проектами строится на постоянном взаимодействии всех участников проекта, а именно инициатора, заказчика, менеджера проекта, инвестора и самой команды проекта. Членами команды являются представители различных групп, обладающие знаниями в конкретной предметной области или набором конкретных навыков и выполняющие работу по проекту.

Основную концепцию проекта устанавливает инициатор. Затем ее перенимает заказчик, который имеет определенный интерес к результатам проекта и определяет желаемые требования. Финансирование проекта может осуществляться как заказчиком, так и инвестором на основе контрактных отношений с заказчиком [8]. Менеджер проекта управляет деятельностью, направленной на реализацию поставленных целей в рамках проекта. Также,

менеджер проекта руководит формированием команды, в зависимости от характера и сложности возложенных обязательств. При наборе членов команды учитываются профессиональная квалификация и опыт работы. Поэтому, чем сложнее проект, тем более квалифицированной должна быть команда.

Количество одновременно реализуемых проектов в компаниях может измеряться десятками и даже сотнями. Проекты могут быть краткосрочными и долгосрочными, типовыми и уникальными, реализующимися собственными силами или с участием внешних исполнителей.

1.2 Теоретические аспекты внедрения CRM системы

CRM-система (Customer Relationship Management или Управление отношениями с клиентами) — это прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путем сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов [9].

На самом деле, CRM-системой может считаться любое программное обеспечение, которое помогает решить следующие задачи:

- Получать общую для компании стандартизированную базу контактов (клиентов, контрагентов);
- Эффективно осуществлять контроль качества работы отдела продаж в любой момент времени;
- Получать статистику и аналитику эффективности работы с входящими звонками, запросами;

- Планировать повышение качества работы и разрабатывать стратегию развития бизнеса.

Для управленческих решений системы класса CRM позволяют собрать информацию следующих категорий [10]:

- Работа с клиентами;
- Управление проектами;
- Управление обслуживанием;
- Управление маркетинговыми компаниями;
- Управление сделками.

Прежде чем начать анализ особенностей внедрения CRM системы необходимо провести анализ жизненного цикла процессов автоматизируемых CRM системой.

Волков И.Ю. предлагает следующий жизненный цикл процесса взаимоотношения с клиентами, автоматизируемый CRM системой (на рис.1 представлена адаптированная модель цикла).



Рисунок 1 – Жизненный цикл CRM системы [11].

Данный цикл состоит из 5 сегментов:

- Развитие предложения. Данный сегмент включает в себя действия направленные на разработку товаров и услуг компании и анализа ориентиров компании.
- Продажи. Данный сегмент ориентирован на управление процессом продаж.
- Улучшение взаимодействия. Сегмент включает в себя вспомогательные процессы улучшающие взаимодействие с клиентами.
- Удержание и выручка. Содержит процессы контролирующие удержание клиентов компании и увеличение взаимной выгоды от партнерства.
- Таргетинг и маркетинг. Данный сегмент включает в себя мероприятия по анализу рынка, конкурентов и целевой аудитории [11].

Данные сегменты покрывают все возможные процессы, связанные с работой с клиентами. Однако это приводит к проблеме выбора процессов, которые должны быть автоматизированы. Решение автоматизировать все процессы из цикла является неверным, ввиду того, что одновременное внедрение системы во все процессы взаимодействия с клиентами не даст возможности сотрудникам и организации перестроится и приведет только замедлению работы и как следствие убыткам. Волков И.Ю. отмечает, что “мудрые компании значительно сужают возможности CRM системы, аккуратно выбирая лишь сегмент CRM цикла (рис.1) и функции, которые обеспечат наибольшую выгоду”.

Внедрение CRM системы представляет собой достаточно большой риск для компании. Терская Г.А., Терский А.А отмечают, что: “55% CRM систем приводят к оттоку клиентов и снижению прибыли”. Поэтому необходимо провести анализ проблем и рисков при внедрении системы в компании, с учетом специфики консалтинговых компаний.

Выделяются 4 проблемы, препятствующие успешному внедрению системы:

1. Внедрение CRM системы до создания клиентской стратегии.

2. Внедрение CRM технологии до создания клиенто-ориентированного подхода в организации [12].

Данные проблемы актуальны для традиционных предприятий и их наличие приводит к неэффективному внедрению CRM системы, приводящему к потере денежных средств и замедлению развития компании.

3. Предположение о том, что чем больше CRM технологии, тем лучше. Как уже говорилось ранее, при внедрении CRM системы возникает проблема выбора процессов для автоматизации и неверное определение пределов автоматизации может привести к провалу внедрения системы.

4. Преследование, а не привлечение клиентов. Эта проблема возникает после внедрения CRM системы, когда руководитель, считающий, что внедрение системы должно привести к мгновенным улучшениям, начинает применять агрессивную политику привлечения клиентов, что в большинстве случаев приводит лишь к потерям клиентов и репутации компании.

Еще одной проблемой ведущей к провалу внедрения является то, что зачастую “компании используют CRM только для автоматизации существующих маркетинговых функций и не чувствуют необходимости подвергаться значительной реорганизации” [13].

Первые две проблемы несвойственны для консалтинговых компаний, ввиду отраслевой специфики, а именно постоянного взаимодействия и ориентации на удовлетворенность клиента результатами работами.

Отсутствие данных проблем позволяет сделать вывод о том, что внедрение CRM системы в данной отрасли возможно. Третья проблема может оказать негативное влияние на эффективность внедрения, поэтому анализ деятельности консалтинговой компании будет происходить с выявлением одного ключевого бизнес-процесса взаимоотношения с клиентами и внедрения CRM системы, ориентированной на автоматизации выделенного бизнес-процесса [14].

Несмотря на большие риски при внедрении существует и множество положительных последствий от внедрения CRM системы. Опрос клиентов компаний использующих CRM системы проведенный Шепталиной Л.И. и Падериной Л.А и др. показал, что “68% респондентов знают своих продавцов более двух лет” [15]. Это означает, что внедрение CRM системы позволяет установить долгосрочную связь между продавцом и клиентом. Другим результатом, выявленными в ходе исследования является “положительный эффект CRM приложений на восприятие продавцами их компетенций на трех уровнях: рынок, продукт и клиентские данные”.

Определенная мировая статистика свидетельствует, что за счет внедрения CRM достигаются:

- Сокращение цикла продаж в среднем на 10-15%;
- Повышение процента выигранных сделок на 5-10%;
- Повышение показателя удержания прибыльных клиентов на 5%;
- Сокращение времени на выполнение рутинных операций на 25-30%;
- Повышение средней прибыльности сделок на 15-20%;
- Повышение точности прогнозирования продаж до 99%;
- Снижение издержек на продажи, маркетинг и последующую поддержку клиентов на 10-15%;
- Увеличение процента перекрестных продаж, в том числе через отдел поддержки клиентов на 5-10%;
- Повышение эффективности маркетинговых кампаний на 5-7% [15].

Общую выгоду компании на рынке можно разделить на выгоду для предпринимателя, клиента и сотрудника. Предпринимательская выгода в свою очередь делится на увеличение прибыли и снижение издержек. Увеличение прибыли следует из “улучшения качества продаж и предоставляемых сервисов и управления проблемами клиентов (инциденты и запрос)”. Снижение издержек является причиной “увеличения общей

эффективности работы клиентских подразделений, автоматизации процесса продаж, сервисных и маркетинговых кампаний, сокращения расходов на менеджмент клиентских процессов и автоматизация рутинной работы”. [16]

Выгода клиента заключается в возможности “получить предложение в необходимой форме, когда необходимо и в необходимом объеме, быть качественно обслуженным, быть вовремя проинформированным, и выбрать способ предоставления сервиса”.

Выгода сотрудника заключается в “дружелюбности системы, возможности выполнять большее количество функций, и как следствие получать большую заработную функцию”.

В итоге, не смотря на указанные препятствия и проблемы при внедрении CRM систем, в случае успешного внедрения “CRM система позволяет компаниям быстро собирать информацию, выявлять наиболее ценных клиентов и увеличивать клиентскую лояльность путем предоставления подходящие продукты и сервисы. Она также позволяет сократить расходы на обслуживание клиентов и упрощает процесс привлечения клиентов со схожими интересами”.

1.3 Выбор CRM-системы для предприятия

Веб-студия ООО «ВебСеверск» в процессе своей работы с клиентами, производственной и управленческой деятельности столкнулась с рядом проблем, такими как: непрозрачность выполняемых задач, невыполнение задач в срок, потеря лояльности клиентов, неотлаженность каналов взаимодействия с клиентами, а так же между работниками компании, несогласованность выполнения работ внутри предприятия.

Если компании повезло с менеджером, то он не пропустит клиента, вовремя перезвонит и доведет входящую заявку до сделки. Однако с другой стороны, в такой ситуации компания полностью зависит от менеджера. Компании очень зависят от профессионалов в данной сфере. Если менеджер

уходит к конкурентам (вместе с клиентской базой компании) – компания разоряется. Таких историй много и среди довольно крупных компаний, когда уходили целые команды – и компания, имевшая большой оборот, оставалась ни с чем.

Постепенно стали появляться современные технологии, привнесшие с собой абсолютно новые инструменты работы с клиентами. Теперь для успеха продаж важно знать все о покупателе. Используя автоматизированные информационные системы, call-центры и аналитические базы данных, стало возможным и рентабельным работать с каждым клиентом так, словно он единственный.

По статистике, после успешного внедрения CRM системы прирост продаж в течение года составляет около 20%, что является отличным результатом для бизнеса с высоким оборотом. Однако, если компания находится только в стадии становления, то прирост в 10-20% выглядит несущественным: для того, чтобы как можно скорее «отбить» вложенные деньги, необходимо увеличивать продажи в разы, внедряя специальные управленческие техники продаж [17].

Для того, чтобы клиент получал качественный продукт в срок, мог участвовать в процессе создания вебсайтов, имел доступ к аналитическим показателям, которые характеризуют успешность либо недостатки контекстной рекламы и рекламы в РСЯ, мог получать доступ к информации о лидах и конверсии своего сайта, руководством компании было принято внедрить CRM-систему в производство.

При выборе CRM-системы стоит рассматривать только отечественные системы, так как для нашего рынка они имеют ряд весомых преимуществ:

1. Российские взаимодействуют с другим программным обеспечением, ориентированным на российский рынок (1С, SIP-телефония, конструкторы лендинг-страниц и т.д.);

2. Расчет производится в рублях (важно при больших колебаниях курсов валют);

3. Вся документация и поддержка пользователей русифицированы;

4. Специалиста для работы в отечественной системе и ее поддержки проще найти, чем для иностранной системы.

Ниже представлена таблица 1, которая сравнивает самые популярные CRM-системы на российском рынке по функционалу.

Таблица 1 – Сравнение CRM-систем

| Параметр/ CRM | «Bitrix-24» | «bpmonline» | «amoCRM» |
|---------------------------|---|---|--|
| Наполняемость информацией | Лиды, Контакты, Компании, Сделки | Лиды, Контакты, Контрагенты, Продажи, Заказы | Контакты, Компании, Сделки |
| Бизнес-процессы | БП с конструктором. Не очень сложный дизайнер, но слабая гибкость | БП с конструктором. Сложный, но гибкий дизайнер процессов. Можно смотреть сгенерированный код | Простой для понимания дизайнер процессов |
| Интерфейс | Не самый сложный интерфейс | Сложный и запутанный интерфейс | Интуитивно понятный, т.к. система не сложная |
| Коммуникации | Живая лента, чат, звонки | Только живая лента | Отсутствуют |
| Работа с документами | На диске | Только в рамках CRM (Договора и пр.) | Только в рамках CRM (сделок) |
| Телефония | Есть | Есть | Есть возможность интегрировать телефонию. |
| Цена | От 10000 до 110000 руб./мес. | От 1000 до 3000 чел./мес. | От 499 до 1499 руб. за чел./мес. |
| Особенности | Облачная и коробочная версии | Облачная и коробочная версии | Только облачная CRM |

| | | | |
|-------------------|---|---|------------------------------------|
| Общее впечатление | Универсальный портал для разных применений. | Мощная и сложная CRM с заточкой под разные виды деятельности. | CRM система заточенная на продажи. |
|-------------------|---|---|------------------------------------|

Следует отметить, что по условиям пользования «Битрикс-24», компании при создании своих вебсайтов и проектов на данной платформе, получают минимальный пакет услуг бесплатно, которого достаточно для небольшой компании, такой как ООО «ВебСеверск». При внедрении данной CRM-системы, веб-студия не понесет затрат на ее покупку и содержание. Данный портал универсален в своем применении, он подходит как для построения продаж, так и для регулирования работы внутри компании. Наличие хорошей возможности для коммуникации и поддержка телефонии является весомым фактором, так как в компании работают сотрудники на дому методом фриланса, и это наилучший путь для прохождения информационных потоков. Слабая гибкость конструктора бизнес-процессов не является существенным фактором, так как большинство из работ, которые выполняет компания, типичны.

2. Организация внутренних процессов и взаимоотношения с клиентами ООО «ВебСеверск»

2.1 Общая характеристика предприятия

Основным видом деятельности ООО «ВебСеверск» является обработка данных, предоставление услуг по размещению информации и связанная с этим деятельность [18]. Предприятие было зарегистрировано 15 июня 2015. и находится на общей системе налогообложения.

Предприятием (фирмой) является самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в соответствии с действующим законодательством для производства продукции, выполнения работ, оказания услуг, в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Юридический адрес: Томская обл, г. Северск, ул. Солнечная, д.5 кв. 43.

По форме собственности предприятие относится к Обществу с ограниченной ответственностью (ООО). Общества – это объединение капиталов, в которых личные качества участников не только не имеют решающего значения, но в которых участники могут не знать друг друга.

Учредители ООО "ВебСеверск":

- Власенко Юлия Юрьевна;
- Власенко Антон Александрович.

Компания имеет линейную структуру управления. Во главе компании находится директор, который наделен всеми полномочиями и руководит деятельностью сотрудников, назначает задачи, производит мониторинг их выполнения. В данном случае принцип единоначалия уместен, поскольку штат компании составляет 8 человек, и одного руководителя для такого количества персонала достаточно. Кроме того, руководитель обладает навыками написания вебсайтов (коды HTML, C++ и др.), что является очень важным аспектом в данной сфере деятельности компании, а так же базовыми знаниями в бухгалтерии, маркетинге и продвижении вебсайтов.

В компании существуют 5 отделов:

1. Отдел маркетинга. Его штат составляет один маркетолог. В его компетенции находятся следующие задачи:

- Определение места компании клиента на рынке;
- Нахождение целевой аудитории клиента;
- Выявление преимуществ и недостатков среди его конкурентов для дальнейшего продвижения.

2. Бухгалтерия. Штат составляет один бухгалтер. Его задачи:

- Расчет и начисление заработной платы сотрудникам;
- Денежные переводы между компанией и банками, компанией и клиентами;
- Предоставление налоговой отчетности.

3. Отдел SMM (Social Media Marketing – продвижение в социальных сетях). Штат составляют 2 человека – 2 SMM-менеджера. Их задачи:

- Продвижение компании клиента в социальных сетях;
- Создание контента для продвижения в социальных сетях;
- Увеличение количества подписчиков в социальных сетях, общение с ними.

4. Отдел лидогенерации (отдел, занимающийся поиском и привлечением клиентов). Его штат составляет один менеджер. Его задачи:

- Работа с действующими клиентами;
- Работа с входящими лидами;
- Поиск новых клиентов.

5. ИТ-отдел. Штат составляют 3 человека: менеджер проектов, ИТ-специалист, копирайтер.

Задачи менеджера проектов:

- Разработка стратегии реализации проекта;
- Руководство проектной командой;
- Ведение документации;
- Обеспечение коммуникации.

Задачи IT-специалиста:

- Проектирование и разработка вебсайтов, программного обеспечения;
- Внедрение вебсайтов и программного обеспечения, организация правильного и корректного взаимодействия с другими программами;
- Техническая поддержка вебсайтов и программного обеспечения.

Задачи копирайтера:

- Написание текстов для вебсайтов;
- Написание SEO-текстов;
- Перевод простых текстов на профессиональный язык.

Кроме того, для выполнения сложных проектов компания может нанимать услуги специалистов по методу удаленной работы (фриланс). Структура управления компанией представлена на рисунке 2.

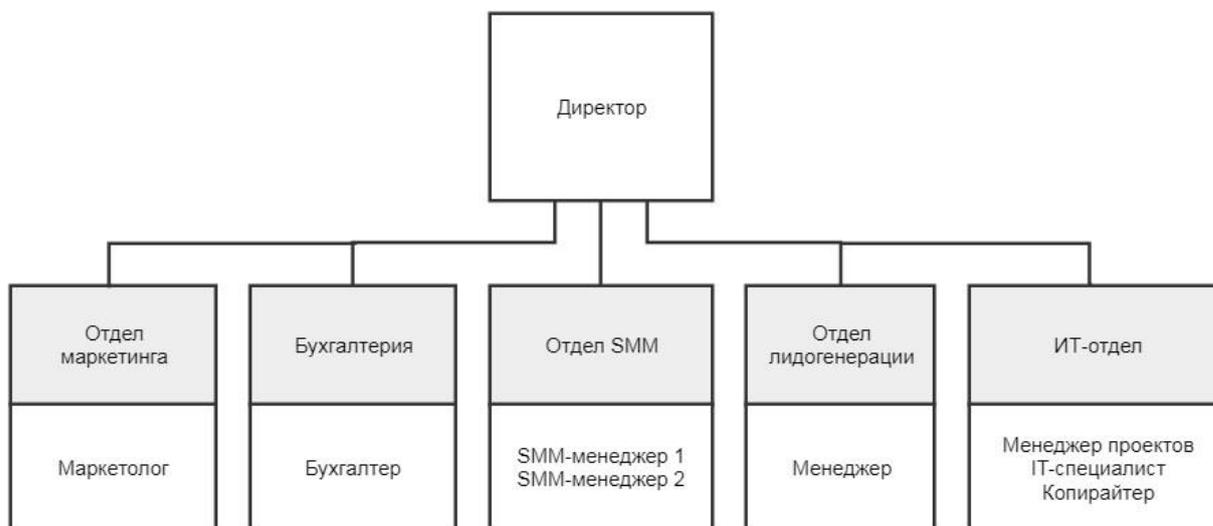


Рисунок 2 – Структура управления компанией «ВебСеверск»

Стратегическими целями ООО «ВебСеверск» являются:

1. Рост компании относительно размеров штата, количества производства и конечного дохода;
2. Улучшение качества конечного продукта;
3. Выход компании на рынки СНГ;
4. Снижение себестоимости производства.

5. Внедрение новых методов управления персоналом и взаимодействия с клиентами.

6. Увеличение ассортимента предлагаемых услуг.

Как результат своей производственной деятельности, компания предоставляет своим клиентам следующие продукты:

- Разработка сайта компании;
- Разработка Landing Page;
- Разработка интернет магазина;
- Контекстная реклама;
- Оптимизация рекламы;
- Реклама Вконтакте, Instagram;
- Анализ трафика вебсайта;
- Технический анализ вебсайта;
- Анализ рынка конкурентов.

Кроме того, помимо базовых крупных продуктов, компания может оказывать отдельные услуги, такие как:

- Регистрация домена;
- Хостинг для сайта;
- Поисковая оптимизация (SEO);
- Продвижение сайта (раскрутка);
- Наполнение сайта контентом;
- Корректировка контента сайта;
- Адаптивный дизайн сайта;
- Техническое обслуживание;
- Персональное обслуживание.

За 3 года существования веб-студии, компания с нуля разработала 90 вебсайтов, существенно продвинувшись в качестве их исполнения. Помимо того, услугами обеспечения контекстной рекламой и продвижением

«ВКонтакте» и «Instagram» воспользовались более 200 клиентов. Данные услуги являются наиболее востребованными и популярными.

2.2 SWOT – анализ предприятия

Одним из самых важных и наглядных методов анализа внешней и внутренней среды предприятия для дальнейшего формирования стратегии поведения предприятия на рынке и внутри компании является SWOT-анализ (англ. strength - сила, weakness - слабость, opportunities - возможности, threats - угрозы) . Данный метод анализа используется компаниями для совместного изучения внутренних дел предприятия и их сопоставления с ситуацией на рынке. Результатом данного изучения является прогноз положения фирмы на рынке в будущем и на данном основании вынесение рекомендаций и разработка стратегии на краткосрочную и долгосрочную перспективу.

SWOT-анализ относительно других способов изучения внутренних дел компании и ее места на рынке является наиболее доступным и дешевым, наименее трудозатратным способом оценки проблем и управленческой ситуации компании. По мнению специалистов, проведение данного анализа раз в год является оптимальным, для того, чтобы компания держала “в тонусе” осознание внутренних проблем и внешней ситуации на рынке.

Проведем совместное изучение внешней и внутренней среды предприятия, применяя метод SWOT–анализ, который поможет установить линии связи между сильной и слабой стороной предприятия, а также внешними угрозами и возможностями.

Сильные стороны:

1. Возможность удаленной работы, фриланс;
2. Большая клиентская база, отсутствует потребность в рекламе;
3. Доход студии зависит от ее работы и не ограничен окладом;
4. Высокое качество производимых продукции и услуг относительно конкурентов.

Слабые стороны:

1. Отсутствие мотивации персонала;
2. Нет четкой привязки задач к исполнителям;
3. Сложность работы с клиентами вследствие их незнания того, какой конечный продукт они хотят получить;
4. Данный бизнес сложно продать, так как основную стоимость составляют нематериальные активы.

Рыночные возможности:

1. Появление новых управленческих технологий;
2. Неудовлетворенный спрос на качественные услуги;
3. Федеральные программы поддержки малого бизнеса;
4. Рост рынка интернет рекламы.

Рыночные угрозы:

1. Появление сильного конкурента;
2. Переход кадров к конкурентам;
3. Ужесточение налогового законодательства;
4. Снижение реальных доходов клиентов.

Далее представим SWOT-анализ в таблице 2.

Таблица 2 – SWOT-анализ

| | Рыночные возможности | Рыночные угрозы |
|-----------------|---|--|
| | <ol style="list-style-type: none">1. Появление новых управленческих технологий2. Неудовлетворенный спрос на качественные услуги3. Федеральные программы поддержки малого бизнеса4. Рост рынка интернет рекламы | <ol style="list-style-type: none">1. Появление сильного конкурента2. Переход кадров к конкурентам3. Ужесточение налогового законодательства4. Снижение доходов клиентов |
| Сильные стороны | Поле СИВ | Поле СИУ |

| | | |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. Возможность удаленной работы, фриланс 2. Большая клиентская база, отсутствие потребности в рекламе 3. Доход студии зависит от ее работы и не ограничен окладом 4. Высокое качество производимых продукции и услуг относительно конкурентов | <ul style="list-style-type: none"> 1. Увеличение клиентской базы 2. Выход на всероссийский рынок и рынок стран СНГ 3. Усиление конкурентных позиций | <ul style="list-style-type: none"> 1. Изменение системы налогообложения 2. Изменение системы мотивации персонала 3. Сделать ценовую политику более гибкой |
| Слабые стороны | Поле СЛВ | Поле СЛУ |
| <ul style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие мотивации персонала из-за системы окладов 2. Нет четкой привязки задач к исполнителям 3. Сложность работы с клиентами вследствие их незнания того, какой конечный продукт они хотят получить 4. Данный бизнес сложно продать, так как основную стоимость составляют нематериальные активы | <ul style="list-style-type: none"> 1. Изменение системы начисления заработной платы: переход от системы окладов к сдельной заработной плате 2. Усовершенствование системы управления 3. Внедрение CRM системы | <ul style="list-style-type: none"> 1. Мониторинг деятельности конкурентов с использованием инструментов конкурентного анализа |

Проанализировав таблицу, видим, что основными факторами, которые препятствуют дальнейшему развитию компании являются:

Во-первых, низкий уровень мотивации персонала из-за системы окладов. Это говорит о том, что данный метод начисления заработной платы сотрудникам не подходит для данного рынка.

Во-вторых, проекты и задачи не привязаны к конкретным исполнителям, и потому зачастую либо зависают в воздухе, либо выполняются сразу несколькими сотрудниками.

Вырабатывая стратегии, необходимо помнить, что возможности и угрозы могут переходить в свою противоположность. Возможность может

стать угрозой, в случае, если ее не использовать, что в свою очередь делает конкурент. Данный рынок меняется буквально каждый день, еще несколько лет назад не существовало таких ресурсов как «ВКонтакте» и «Инстаграм». Сейчас же, данные платформы являются большими носителями рекламы и маркетинга, и те компании, которые первыми выступили посредниками между данными ресурсами и конечной рекламой от компаний-заказчиков по прошествию времени оказались на лидирующих позициях. Или наоборот, удачно предотвращенная угроза создает для компании дополнительную сильную сторону, которая отличает их от конкурентов и является рыночным преимуществом (замена системы окладов на сдельную заработную плату, и как следствие изменение мотивации персонала).

2.3 Анализ бизнес-процесса предприятия

Каждая компания в ходе своей целевой деятельности выполняет некоторую цепочку задач, которая связывает входящую заявку клиента и конечный готовый продукт им полученный. Данная цепочка называется бизнес-процессом.

Рассмотрим, как происходит бизнес-процесс в веб-студии «ВебСеверск»:

Этап 1. Продажа:

- Первичная оценка;
- Подготовка договора и сметы;
- Подготовка плана работ.

Итог: согласованные и подписанные договор и смета.

Этап 2. Проектирование продукта:

- Подготовка брифа:
 - Формирование требования к дизайну;
 - Определение перечня и сбор исходных материалов.
- Подготовка технического задания:

- Структура сайта;
- Информационные блоки (названия, свойства, логика работы);
- Сервисы (комментарии, отзывы);
- Сетки страниц.

- Подготовка спецификации:

- Регламентация правил формирования файла выгрузки.

Итог: согласованные и подписанные бриф, техническое задание, спецификация.

Этап 3. Дизайн:

- Дизайн-концепция главной страницы:

- Разработка макета;
- Презентация заказчику;
- Формирование листа замечаний;
- Реализация замечаний;
- Утверждение макета.

- Дизайн типовой внутренней страницы:

- Разработка макета;
- Презентация заказчику;
- Формирование листа замечаний;
- Реализация замечаний;
- Утверждение макета.

- Дизайн экранных форм (корзина, каталог, личный кабинет):

- Разработка макета;
- Презентация заказчику;
- Формирование листа замечаний;
- Реализация замечаний;
- Утверждение макета.

Итог: акт сдачи-приемки работ по этапу дизайна.

Этап 4. Верстка:

- Открытие тестовой площадки;

- Верстка главной страницы, типовой внутренней страницы и экранных форм:

- Демонстрация заказчику;
- Формирование листа замечаний;
- Реализация замечаний;
- Утверждение верстки.

- Создание прототипа и шаблонов.

Итог: акт сдачи-приемки работ по этапу верстки.

Этап 5. Программирование:

- Программирование стандартного функционала;
- Программирование дополнительных модулей:
 - Первичное наполнение;
 - Исправление выявленных несоответствий с ТЗ.
- Внутреннее тестирование:
 - Тестирование разработчиком;
 - Формирование баг-листа;
 - Внесение правок.
- Тестирование модели заказчиком:
 - Тестирование заказчиком;
 - Формирование заказчиком баг-листа;
 - Внесение правок.

Итог: акт сдачи-приемки работ по программированию.

Этап 6. Закрытие проекта:

- Перенос сайта на рабочий сервер;
- Поддержание продвижения сайта (опционально).

Итог: акт сдачи-приемки выполненных работ.

Разбив весь бизнес-процесс на этапы и задачи в них, далее следует выделить наиболее проблемные из них с целью улучшения производительности труда сотрудников компании, экономии денежных

средств, улучшения системы мотивации сотрудников, упрощения систематизации знаний о клиентах. Более подробно о проблемах, возникших в ООО «ВебСеверск» говорится далее.

2.4 Проблемы ведения управленческого учета, организации взаимоотношений с клиентами и начисления заработной платы

По состоянию на конец 2017 года компания ООО «ВебСеверск» столкнулось со следующей ситуацией: количество клиентов компании увеличивалось, в соответствии с чем рос объем знаний и информации о них, количество нужных контактов и каналов связи. Количество и качество заказов увеличивалось, но сотрудники не были мотивированы выполнять большой объем работ в единицу времени с более высоким качеством при неизменной зарплате. Кроме того, не все сотрудники четко понимали свою роль в конкретной работе, ведь задачи компании записывались на доске без привязки к конкретным исполнителям.

Выделим данные аспекты более детально:

1. Росло количество новых клиентов, выполняющих уникальные заказы, а так же постоянных клиентов, вебсайты которых поддерживались компанией. Данные о клиентах, номера телефонов руководителей и бухгалтерии, юридические адреса, удобные для клиентов каналы связи, список задач и пожеланий клиентов: вся эта информация не была систематизирована, записывалась либо на листке бумаге, либо на общей доске в офисе компании, либо оставалась в переписке между сотрудником компании и клиентом, либо оставалась в голове сотрудника.

Таким образом, выделяется первая проблема – отсутствие систематизации информации о клиенте.

2. Все задачи записывались на доске без привязки к конкретным исполнителям. Зачастую, над одной задачей трудилось сразу несколько сотрудников, что не только многократно снижало их продуктивность, но так

же добавляло множество ошибок в конечный продукт компании. Это все приводит к броуновскому движению сотрудников в компании, словно молекул газа в закрытом сосуде. Все просто передвигались из одного угла в другой, не зная, за какую задачу зацепиться и выполнять.

Суммируя вышесказанное, можно выделить вторую проблему: отсутствие привязанности задач к исполнителям.

3. В компании существовала система окладов. Это привело к тому, что с ростом компании и увеличению заказов, сотрудники не были мотивированы выполнять больший объем задач за то же время. Более оптимальным решением для них являлась работа в комфортном, неторопливом режиме. Но даже в случае ускорения сотрудником работы над собственными задачами возникала следующая проблема: начинало сильно страдать качество продукции.

Это все составило следующую проблему: отсутствие мотивации персонала из-за несовершенства системы окладов.

Решением данной проблемы являлось внедрение CRM-системы «Битрикс-24», в которой систематизируется база знаний о клиентах, существует привязка задач к клиентам и исполнителям, выставляются сроки и дедлайны, существует система отчетов о проделанной работе. Кроме того, внедрение данной CRM-системы позволило установить уровневую систему оплаты труда, что изменило мотивацию сотрудников к работе.

3. Повышение конкурентоспособности ООО «ВебСеверск» на основе внедрения системы управления взаимоотношениями с клиентами

3.1 Внедрение CRM-системы «Битрикс-24»

Как уже говорилось ранее, решением данных проблем и выходом из данной ситуации является внедрение «Битрикс-24», которая дает возможность стандартизировать и автоматизировать работу с клиентами и базой данных о них, а так же списком задач и ответственных за их выполнение.

Внедрение «Битрикс-24» дает компании следующие выгоды:

1. Компания получает возможность систематизировать базу знаний о собственных клиентах. В CRM-системе создается каждый клиент, где описаны его контактные данные, банковские реквизиты, каналы связи, юридические адреса, ИНН и другая информация.

2. Намного более эффективным становится контроль качества и скорости выполнения задач сотрудниками. В любой момент времени можно увидеть, чем занят каждый сотрудник, а система отчетов позволяет сотруднику за небольшой промежуток времени отчитаться перед руководителем о проделанной работе и возможных проблемах;

3. Руководство компании наглядно видит статистику работы с входящими лидами. Данное программное обеспечение помогает увидеть общую воронку продаж и конверсию.

4. Данное программное обеспечение позволяет увидеть недостатки в работе компании, выделить моменты, в которых бизнес процессы испытывают наибольшие трудности. Это является важным аспектом при разработке стратегии развития компании и ее корректировке [19].

«Битрикс-24» – это приложение, помогающее организовать работу в компании. Оно позволяет:

1. Учитывать всех потенциальных клиентов;

2. Учитывать предпочтения постоянных клиентов;
3. Отслеживать коммерческие предложения, заказы, оплаты;
4. Видеть все сделки, контакты в одной базе;
5. Оптимизировать работу сотрудников;
6. Оставлять аналитические отчеты;
7. Использовать так же мобильную версию [20].

По итогам внедрения «Битрикс-24», каждая компания-клиент получила собственную карточку в CRM-системе, в которой указаны общие данные:

- Тип компании;
- Сфера деятельности;
- Телефон руководителя;
- E-mail;
- Вебсайт.
- Количество сотрудников;
- Фактический адрес;
- Юридический адрес;
- И др.

Интерфейс карточки компании представлен на рисунке 3.

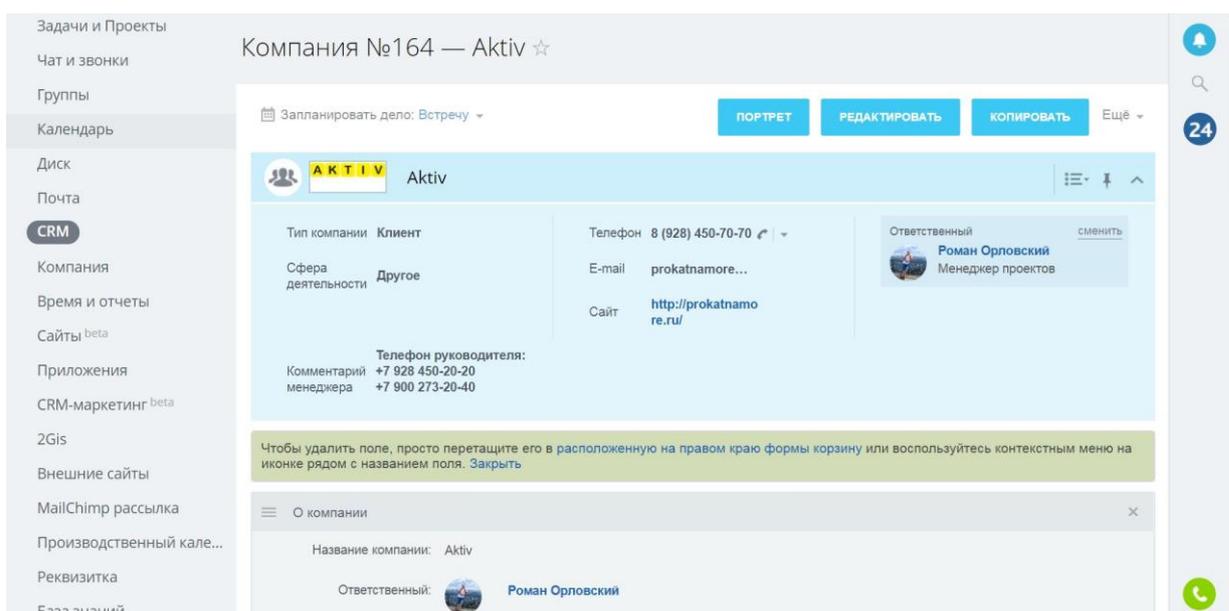


Рисунок 3 – Интерфейс карточки компании в «Битрикс-24»

Вся информация о клиенте стала структурирована и доступна. Интерфейс CRM-системы позволяет увидеть, какие задачи привязаны к данной компании. Данное нововведение позволяет решить проблему №1: отсутствие систематизации информации о клиенте.

Внедрение «Битрикс-24» позволило разбить каждый проект в определенную обособленную группу, где указаны задачи, которые привязаны к конкретному клиенту и исполнителю. Данные задачи имеют свои сроки исполнения. В сфере ИТ считается довольно трудным правильно рассчитать время, требуемое для выполнения той или иной задачи. Поэтому, предполагаемое время рассчитывается руководителем исходя из опыта предыдущих задач, а так же принятых на рынке ИТ-сферы нормативов.

Интерфейс списка проектов, которыми занимается компания, представлен на рисунке 4.

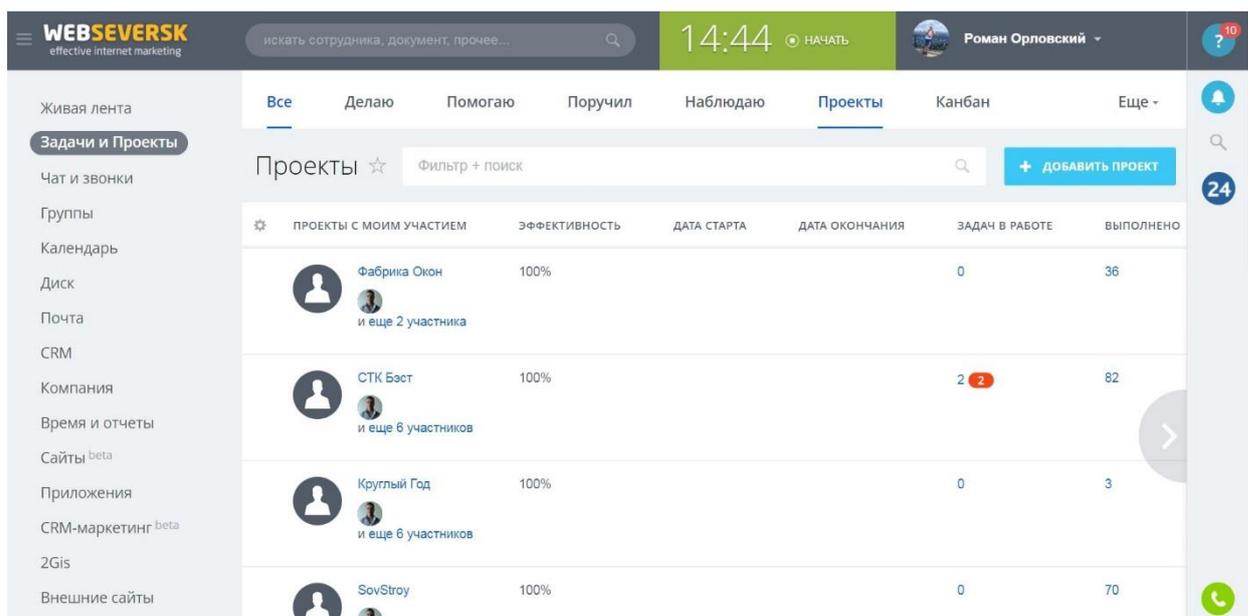


Рисунок 4 – Интерфейс списка проектов компании в «Битрикс-24»

На рисунке видно, что по каждому проекту показывается количество задач, которые находятся в стадии выполнения в настоящий момент, количество выполненных задач, а так же эффективность их выполнения. Данное нововведение позволило решить проблему №2: отсутствие привязанности задач к исполнителям.

По итогам внедрения «Битрикс-24», в основные обязанности каждого сотрудника, независимо от отдела, в котором он работает, стали входить следующие задачи:

- Посещение офиса компании согласно графику;
- Выработка нормы часов-задач [каждый месяц](#);
- Запуск таймеров рабочего времени в «Битрикс-24»
- Запуск таймеров по каждой задаче в «Битрикс-24»
- Разработка плана по задачам на текущий день;
- Разработка плана на неделю (крайний рабочий день);
- Отчетность по задачам перед руководителем;
- Ведение базовых переговоров с заказчиком;
- Расчет времени на задачи с руководителем;
- Обязательное присутствие на планерках и собраниях;
- Сотрудник должен быть в курсе новинок и развиваться по своему

направлению.

3.2 Внедрение уровневой системы начисления заработной платы сотрудникам

После внедрения CRM-системы «Битрикс-24» стало возможно привязывать задачи к определенным исполнителям, выставлять сроки выполнения работ, и, соответственно, отслеживать производительность каждого сотрудника в компании. Это все дало возможность внедрить уровневую систему начисления заработной платы сотрудникам, что позволило решить проблему №3: отсутствие мотивации персонала из-за несовершенства системы окладов.

Основные правила уровневой системы карьерного роста в компании ООО "ВебСеверск":

- Началом учета уровневой системы считается начало календарного года;
- Начало нового календарного года несет за собой разрыв периода накопления;
- Повышение уровня возможно не более 2-х раз в течение календарного года (level up);
- Понижение уровня возможно не более 2-х раз в течение календарного года (level down);
- Повышение уровня возможно более 2-х раз в год, если было хотя бы одно понижение уровня;
- При приеме на работу сотрудника, руководитель вправе назначить левел выше минимального.

В каждый календарный месяц входит:

- не более 4-х часов планерок и совещаний;
- не более 2-х часов расчет времени на проекты;
- не более 3-х часов принятия задач (время может варьироваться в зависимости от сотрудника);
- не более 2-х часов личных поручений;

Руководитель компании вправе вносить любые изменения в правила системы без каких-либо согласований с её участниками.

Изменения вступают в силу с "1" числа следующего месяца, грядущего за месяцем, в котором были внесены изменения.

При внесении любых изменений (даже незначительных) участники системы оповещаются в "живой ленте" портала «Битрикс-24».

Условия повышения уровня:

1. Повышение уровня (level up) происходит при непрерывном выполнении нормы часов задач на протяжении трех календарных месяцев подряд.

2. Для повышения уровня сотрудника необходимо выполнять норму часов-задач, а также общую норму времени работы в офисе, из расчета 8 часов/день (все рабочие дни).

Пример: Сотрудник выработал норму часов задач, но при этом не выработал норму часов работы в офисе (8 x кол-во рабочих дней = норма). В данном случае данный месяц пропускается.

Отсутствие сотрудника на работе по личным причинам не влияет на норму часов-задач, но норма работы в офисе уменьшается пропорционально времени отсутствия.

3. Уровень может быть повышен на усмотрение руководителя отдела, за личные заслуги сотрудника, освоение сложного ПО или по другим причинам.

4. Разрыв периода накопления уровня без уважительной причины несет за собой отсчет периода с начала - 3 месяца непрерывного выполнения нормы задач (п.1)

5. Level Down также несет за собой разрыв периода по накоплению Level UP.

Условия понижения уровня:

1. При невыполнении нормы часов-задач в месяц, уровень участника системы не понижается, но влечет за собой разрыв накопления левела (3 мес.) Соответственно, счетчик накопления обнуляется.

2. Если одна задача в общем проекте три и более раз отправлялась на доработку - понижение уровня.

На доработку задача может быть отправлена по техническим и орфографическим ошибкам.

Ошибки: пунктуационные, лексические, а также ошибки понятия маркетинга не учитываются.

3. Суммарная просрочка задач более, чем на 5 рабочих дней в течение календарного месяца.

Во внимание берутся только задачи с явным дедлайном. Просрочка возможна по уважительной причине.

4. Суммарно две и более серьезных ошибок на открытом для индекса проекте, повлекших материальные потери клиента.

При этом сотрудник теряет уровень и в максимально короткие сроки исправляет ошибки (не более 3 дней).

Ошибки между проектами не суммируются.

5. Невыработка нормы часов задач суммарно 4 календарных месяца в году влечет за собой понижение уровня.

6. Отсутствие в офисе компании без согласования с руководителем, за исключением уважительных причин.

Отсутствием также является опоздание на работу более, чем на 4 часа (приравнивается к прогулу).

Компанией так же предусмотрены варианты уважительных причин отсутствия на рабочем месте:

1. Плановый отпуск (не более 28 дней в год);
2. Болезнь (от 30 до 60 дней согласно ТК РФ);
3. Свадьба (от 1 до 5 дней);
4. Участие в похоронах близкого человека (от 1 до 5 дней).

Отсутствие сотрудника на работе по личным причинам не влияет на норму часов-задач, но норма работы в офисе уменьшается пропорционально времени отсутствия.

Формула начисления заработной платы:

$ЗП = \text{уровень} \times \text{стоимость часа} \times \text{кол-во часов в месяц}$

Для каждого отдела имеется свой минимальный и максимальный уровень, стоимость часа и норма в месяц. Данные приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Условия уровневой системы оплаты труда в различных отделах компании

| | Минимальный уровень | Максимальный уровень | Стоимость часа, руб | Норма часов-задач в месяц, ч |
|--------------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|------------------------------|
| ИТ-Отдел | 10 | 18 | 20 | 120 |
| Отдел маркетинга | 7 | 15 | 20 | 130 |
| Отдел SMM, отдел лидогенерации | 6 | 14 | 20 | 130 |

Так же следует добавить, что в отделе маркетинга для перехода на 13 уровень сотрудник должен:

1. Подтвердить свою компетенцию сертификатами от Яндекс и Гугл, с последующим ежегодным продлением;
2. Составлять стратегическое планирование, коммерческие предложения по проведению рекламных кампаний с учетом специфики деятельности клиента.

При переходе на уровневую систему оплаты труда, заработные платы сотрудников остались прежними.

3.3 Оценка экономической эффективности внедрения «Битрикс-24»

Основным преимуществом выбора CRM-системы «Битрикс-24» среди других конкурентов являлся следующий фактор: при разработке трех вебсайтов на платформе «Битрикс-24», их последующей продаже и, соответственно, пользовании данным сайтом потребителем, минимальный

пакет услуг «Битрикс-24», выбранный компанией ООО «ВебСеверск», предоставляется бесплатно.

Данный факт говорит о том, что единственными издержками компании в процессе внедрения оказались затраты на обучение сотрудников пользованию данным программным обеспечением. Данное изучение заняло в среднем полтора месяца для каждого сотрудника компании по 1 часу в рабочий день. Руководитель компании изучал «Битрикс-24» 2 месяца по 1 часу в рабочий день. В целях соблюдения коммерческой тайны в расчетах представлены среднерыночные заработные платы сотрудников и руководителя, которые близки к заработным платам в компании. Расчет затрат приведен в таблице 4.

Таблица 4 – Расчет затрат на внедрение «Битрикс-24»

| | Сотрудник | Руководитель |
|--|-----------|--------------|
| Средняя заработная плата в месяц, руб | 25000 | 40000 |
| Средняя заработная плата в час, руб | 142,04 | 227,27 |
| Количество человек | 7 | 1 |
| Время на изучение, ч | 33 | 44 |
| Затраты на внедрение, руб | 32812,5 | 10000 |
| Итого, руб | 43812,5 | |

При переходе на уровневую систему оплаты труда возник вопрос того, какие заработные платы будут получать сотрудники в новых условиях. Руководством было принято решение установить сотрудникам такие уровни, чтобы заработная плата осталась прежней. Это говорит о том, что при переходе к новой системе оплаты труда затрат не возникло.

Главным успехом внедрения CRM-системы является увеличение чистой прибыли компании с 189608руб. (за октябрь 2017г.), до 278540руб. (за май 2018г.). Темп роста составил 46,9%, прирост – 88932руб. Данное

увеличение прибыли обусловлено тем, что при внедрении CRM-системы бизнес-процессы стали более прозрачными не только для руководства, но и для клиентов. В «Битрикс-24» наглядно видно, какое количество часов требует определенная задача и стоимость данной задачи.

Это привело к тому, что руководство смогло поднять цены на услуги компании и обосновать данные изменения для клиентов. Поскольку увеличилось качество услуг компании и процесс их предоставления стал более прозрачным, оттока клиентов из-за увеличения цен не произошло.

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА
«СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Студенту:

| | |
|---------------|----------------------------|
| Группа | ФИО |
| ЗН41 | Орловский Роман Евгеньевич |

| | | | |
|----------------------------|--|----------------------------------|------------------------|
| Школа | Школа инженерного предпринимательства | Отделение | |
| Уровень образования | Бакалавр | Направление/специальность | 27.03.05 Инноватика |

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

| | |
|---|---|
| <p>1. Характеристика объекта исследования (вещество, материал, прибор, алгоритм, методика, рабочая зона) и области его применения</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Объектом исследования является система управления взаимоотношениями с клиентами «Битрикс-24» • Область применения – ООО «ВебСеверск» |
|---|---|

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

| | |
|--|---|
| <p>1. Профессиональная социальная безопасность.</p> <p>1.1. Анализ вредных и опасных факторов, которые может создать объект исследования.</p> <p>1.2. Анализ вредных и опасных факторов, которые могут возникнуть на рабочем месте при проведении исследований.</p> <p>1.3. Обоснование мероприятий по защите исследователя от действия опасных и вредных факторов.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Установить причины возникновения негативных факторов при внедрении «Битрикс-24». • Выявить вредные и опасные факторы при работе за компьютером. • Установить меры по нейтрализации этих факторов. |
| <p>2. Экологическая безопасность.</p> <p>2.1. Анализ влияния объекта исследования на окружающую среду.</p> <p>2.2. Анализ влияния процесса исследования на окружающую среду.</p> <p>2.3. Обоснование мероприятий по защите окружающей среды.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Определить влияние результатов внедрения «Битрикс-24» на окружающую среду. • Определить влияние процесса внедрения «Битрикс-24» на окружающую среду. |
| <p>3. Безопасность в чрезвычайных ситуациях.</p> <p>3.1. Анализ вероятных ЧС, которые может инициировать объект исследований.</p> <p>3.2. Анализ вероятных ЧС, которые могут возникнуть на рабочем месте при проведении исследований.</p> <p>3.3. Обоснование мероприятий по предотвращению ЧС и разработка порядка действия в случае возникновения ЧС.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Анализ причин возникновения ЧС при работе за компьютером. • Определить порядок действий по предотвращению ЧС в офисе. |
| <p>4. Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Определить соответствие |

| | |
|--|---|
| <p>4.1. Специальные (характерные для проектируемой рабочей зоны) правовые нормы трудового законодательства.</p> <p>4.2. Организационные мероприятия при компоновке рабочей зоны.</p> | <p>работы в офисе ООО «ВебСеверск» нормам трудового законодательства.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Установить организацию рабочего места за компьютером. |
|--|---|

| | |
|---|--|
| Дата выдачи задания для раздела по линейному графику | |
|---|--|

Задание выдал консультант:

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|----------------|-------------------------------|---------------------------|---------|------|
| Ассистент ООТД | Мезенцева Ирина Леонидовна | | | |

Задание принял к исполнению студент:

| Группа | ФИО | Подпись | Дата |
|--------|----------------------------|---------|------|
| ЗН41 | Орловский Роман Евгеньевич | | |

4. Раздел «Социальная ответственность»

Введение

CRM-система (Customer Relationship Management или Управление отношениями с клиентами) — это прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путем сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

Актуальность данной дипломной работы заключается изучении эффективности внедрения CRM-систем не с точки зрения работы с клиентами, а с точки зрения организации внутренних процессов предприятия.

Цель работы – доказать или опровергнуть целесообразность внедрения CRM-системы.

Помещение, в котором находятся рабочие места сотрудников, имеет следующие характеристики:

- Длина помещения (А): 10м;
- Ширина помещения (В): 7 м;
- Высота помещения (Н): 3 м;
- Число окон: 5 (размер 2х2,5 м);
- Число рабочих мест: 8.

Потолок помещения побелен в белый цвет, стены окрашены краской бледно-желтого цвета.

В помещении существует естественная вентиляция при помощи форточек, входной двери и вентиляционных каналов. Отопление осуществляется с помощью системы центрального водяного отопления.

1. Профессиональная социальная безопасность

Исследования макросреды и микросреды предприятия проводились исключительно с использованием персонального компьютера.

При выполнении работ на персональном компьютере (ПК) согласно ГОСТу 12.0.003-2015 «ССБТ. Опасные и вредные производственные факторы. Классификация» могут иметь место следующие факторы, представленные в таблице 5.

Таблица 5 – Опасные и вредные факторы при внедрении CRM-системы «Битрикс-24»

| Источник фактора, наименование видов работ | Факторы (по ГОСТ 12.0.003-2015) | | Нормативные документы |
|---|---|--|--|
| | Вредные | Опасные | |
| 1) Работа в офисе с использованием интернета. | 1.Отсутствие или недостаток естественного света. 2.Зрительное напряжение. 3.Монотонность трудового процесса. 4.Нервно-эмоциональные перегрузки. 5.Отклонение показателей микроклимата в закрытом помещении. | 6. Напряжение в электрической цепи, замыкание. | 1.Параметры микроклимата устанавливаются СанПиН 2.2.4-548-96 [21] 2. Оптимальный уровень шума устанавливает руководство 2.2.013-94 [22] 3. ПДК вредных веществ в воздухе рабочей зоны устанавливается ГН ГОСТ 12.1.005-88 [23] |

1.1 Отсутствие или недостаток естественного света

Недостаточное освещение влияет на функционирование зрительного аппарата, то есть определяет зрительную работоспособность, на психику человека, его эмоциональное состояние, вызывает усталость центральной нервной системы, возникающей в результате прилагаемых усилий для опознания четких или сомнительных сигналов.

При работе за ПК минимальный уровень освещенности должен составлять 300Лк. Недостаток освещенности можно компенсировать, установив дополнительное искусственное освещение, либо открыв жалюзи, поскольку в офисе они зачастую закрыты.

1.2 Зрительное напряжение

Работа на ПК сопровождается постоянным и значительным напряжением функций зрительного анализатора. Одной из основных особенностей является иной принцип чтения информации, чем при обычном чтении. При обычном чтении текст на бумаге, расположенный горизонтально на столе, считывается работником с наклоненной головой при падении светового потока на текст. При работе на ПК оператор считывает текст, почти не наклоняя голову, глаза смотрят прямо или почти прямо вперед, текст (источник - люминесцирующее вещество экрана) формируется по другую сторону экрана, поэтому пользователь не считывает отраженный текст, а смотрит непосредственно на источник света, что вынуждает глаза и орган зрения в целом работать в несвойственном ему стрессовом режиме длительное время.

Для снятия зрительного напряжения пользователю ПК следует делать разминку глаз каждые 1-2 часа.

1.3 Монотонность трудового процесса

Работа в офисе является монотонной, так как работа выполняется в сидячем положении перед ПК, задачи в работе однотипные. Выполнение монотонных действий на работе довольно быстро приводит к повреждению нервных клеток и так называемому синдрому "усталого сотрудника". Возникает чувство болезненности, подавленности, а также снижение темпов работы. Эти симптомы являются сигналом к тому, чтобы дать своему телу отдохнуть и не позволить синдрому "усталого работника" прогрессировать.

Безусловно, монотонность работы в офисе на ПК полностью искоренить не удастся. Но тем не менее, к методам борьбы с ней относятся: прослушивание музыки, переключение с одной деятельности на другую, разминка.

1.4 Нервно-эмоциональные перегрузки

Нервно-эмоциональное напряжение при работе на ПК возникает вследствие дефицита времени, большого объема и плотности информации, особенностей диалогового режима общения человека и ПК, ответственности за безошибочность информации. Долгая работа перед монитором может привести к нервно-эмоциональному перенапряжению, нарушению сна, ухудшению состояния, снижению концентрации внимания и работоспособности, хронической головной боли, повышенной возбудимости нервной системы, депрессии.

Кроме того, при повышенных нервно-психических нагрузках в сочетании с другими вредными факторами происходит «выброс» из организма витаминов и минеральных веществ. При работе в условиях повышенных нервно-эмоциональных и физических нагрузок гиповитаминоз, недостаток микроэлементов и минеральных веществ (особенно железа, магния, селена) ускоряет и обостряет восприимчивость к воздействию вредных факторов окружающей и производственной среды, нарушает обмен веществ, ведет к изнашиванию и старению организма. Поэтому при постоянной работе на ПК для повышения работоспособности и сохранения здоровья к мерам безопасности относится защита организма с помощью витаминно-минеральных комплексов, которые рекомендуется применять всем, даже практически здоровым пользователям ПК.

Для того, чтобы уменьшить нервное напряжение при работе за ПК, следует чаще делать короткие перерывы в работе, разминку.

1.5 Отклонение показателей микроклимата в закрытом помещении

Качество воздуха в офисных помещениях оказывает влияние на производительность труда, самочувствие сотрудников. В соответствии с требованиями ГОСТ 30494–2011 «Здания жилые и общественные. Параметры микроклимата в помещениях» оптимальными для микроклимата жилых и общественных помещений в тёплое время года признаются: температура воздуха 22–25°C, относительная влажность 30–60%, скорость движения воздуха — не более 0,25 м/с; в холодное время года эти показатели

составляют соответственно 20–22°C, 30–45% и 0,1–0,15 м/с. При этом разница температур по горизонтали от окон до противоположной стены не должна превышать 2°C, а по вертикали 1°C на каждый метр высоты помещения.

Для поддержания микроклимата следует проветривать офисное помещение, ставить обогреватели зимой и включать кондиционеры летом при необходимости.

1.6 Напряжение в электрической сети, замыкание

Особенно опасно короткое замыкание электрической сети, поскольку ее внутреннее сопротивление очень мало. Большая часть пожаров возникает вследствие короткого замыкания электропроводки.

Для избежания воздействия данных факторов, сотрудники компании должны ответственно подходить к соблюдению правил пожарной безопасности и правил обращения с электроприборами. Для предотвращения короткого замыкания в офисе должны использоваться автоматические выключатели, которые устанавливаются на каждую группу электрической сети.

2. Экологическая безопасность

Внедрение CRM-системы подразумевает под собой переход от работы с бумагами, мелом и доской к работе с компьютером. Это говорит о том, что количество отходов уменьшится, т.к. потребуется меньше бумаги, мела и т.д. Данные отходы не токсичны и подлежат утилизации в любом мусорном контейнере.

В то же время, количество компьютеров в офисе не изменилось, и они как были включенными весь рабочий день, так и остаются. Следовательно, большее количество энергии потреблять они не будут.

Ежемесячный расход электричества можно существенно сократить, грамотно выполняя настройки электроприбора. Например, отрегулировав яркость экрана компьютера.

3. Безопасность в чрезвычайных ситуациях

При работе за компьютером существует риск возникновения пожара.

Причинами пожара в офисе могут быть:

- токи короткого замыкания;
- неисправность электросетей;
- незнание или небрежность обслуживающего персонала;
- курение в неположенных местах.

В связи с этим, согласно ГОСТу 12.1.004-91 «Пожарная безопасность. Общие требования», в офисе необходимо выполнять следующие нормы пожарной безопасности:

- для предохранения сети от перегрузок запрещается включать дополнительные не предусмотренные потребители;
- работы за компьютером проводить только при исправном состоянии оборудования, электропроводки;
- иметь средства для тушения пожара (огнетушитель);
- иметь в наличии план эвакуации людей, который должен висеть на видном месте;
- оборудование размещать так, чтобы был достаточный проход к выходу.

В офисном помещении ООО «ВебСеверск» установлена система охранно-пожарной сигнализации, имеются в наличии один порошковый огнетушитель, план эвакуации, а также установлены таблички с указанием направлений к запасному (эвакуационному) выходу.

4. Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности

Работающему по трудовому договору гарантируются установленные федеральным законом продолжительность рабочего времени, выходные и праздничные дни.

В офисе ООО «ВебСеверск», площадью в 70 кв/м, в настоящий момент работает 8 человек, что является отличным показателем, т.к. на одного сотрудника должно приходиться не менее 4,5 кв/м пространства офиса при работе с ЖК-монитором (СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03

"Гигиенические требования к персональным электронно-вычислительным машинам и организации работы").

Работа в офисе относится к второй категории тяжести труда - работы выполняются при оптимальных условиях внешней производственной среды и при оптимальной величине физической, умственной и нервно-эмоциональной нагрузки.

Рабочие места с персональными компьютерами по отношению к световым проемам должны располагаться так, чтобы естественный свет падал сбоку, желательно слева.

Схемы размещения рабочих мест с персональными компьютерами должны учитывать расстояния между рабочими столами с мониторами: расстояние между боковыми поверхностями мониторов не менее 1,2 м, а расстояние между экраном монитора и тыльной частью другого монитора не менее 2,0 м.

Рабочий стол может быть любой конструкции, отвечающей современным требованиям эргономики и позволяющей удобно разместить на рабочей поверхности оборудование с учетом его количества, размеров и характера выполняемой работы. При отсутствии регулировки высота стола должна быть в пределах от 680 до 800 мм.

Быстрое и точное считывание информации обеспечивается при расположении плоскости экрана ниже уровня глаз пользователя, предпочтительно перпендикулярно к нормальной линии взгляда (нормальная линия взгляда 15 градусов вниз от горизонтали).

Клавиатура должна располагаться на поверхности стола на расстоянии 100-300 мм от края, обращенного к пользователю.

Оптимальный режим труда и отдыха - важнейшее условие поддержания высокой работоспособности человека. Под режимом труда понимают порядок чередования и продолжительность периодов труда и отдыха. При введении на определенное время в течение трудового дня физиологически обоснованных перерывов и их рациональном использовании

можно предотвратить и замедлить наступление утомления. Время установления дополнительных (кроме обеденного) перерывов и их длительность зависят от характера работы.

Заключение

ООО «ВебСеверск» - малое предприятие с небольшим количеством занятого персонала. Организационная структура находится на должном уровне. Предприятие старается следовать своей миссии, мотивировать персонал и увеличивать продажи.

К проблемам, выявленным на предприятии, относилось отсутствие систематизации информации о клиенте, поскольку вся информация хранилась в различных телефонах сотрудников и руководителей, на листках бумаги, в социальных сетях. Такие данные, как юридические физические адреса, банковские реквизиты, удобные для клиента каналы связи приходилось искать долгое время, а зачастую переспрашивать у клиентов о них по несколько раз. Данную проблему решило внедрение CRM-системы, которое позволило систематизировать все данные о клиенте на одном экране, а так же стало возможным привязывать конкретные задачи к отдельным клиентам.

Из-за того, что сотрудники компании находились на системе окладов, они не были мотивированы выполнять большой объем работ с улучшением качества. Внедрение «Битрикс-24» позволило внедрить уровневую систему начисления заработных плат, где доход сотрудника зависит не только от объема выполненным им работ и задач, но и их соответствующим качеством. Сотрудник получает денежную мотивацию к работе. В то же время, некачественная работа сотрудников ведет к снижению уровня, и, соответственно, снижению заработной платы.

По причине отсутствия привязки задач к исполнителям, сотрудники не знали, за что они ответственны, что им нужно делать и в какие сроки. Внедрение CRM-системы позволило привязать все задачи к конкретным исполнителям, выставить сроки выполнения, назначить ответственных и позволить руководителям наблюдать за ходом работ, получая короткие отчеты.

По итогам внедрения удалось увеличить чистую прибыль компании в месяц на 46,9%, что составило 88932руб. Затраты на данное внедрение составили 43812,5руб.

Список использованных источников

1. Фунтов В. Н. Основы управления проектами в компании. / В. Н. Фунтов – СПб: Питер, 2011. – 393 с.
2. Ивасенко А. Г. Управление проектами / А. Г. Ивасенко, Я. И. Никонова, М. В. Каркавин – Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. – 327 с.
3. Арчибальд Р. Д. Управление высокотехнологичными программами и проектами / Р. Д. Арчибальд. – Москва: ДМК-Пресс, 2017.
4. Кибанов А. Я. Основы управления персоналом: учебное пособие/ А. Я. Кибанов. – Москва: ПРИОР, 2014.
5. Кириченко А. Управление проектами / А. Кириченко, А. Силонов, Н. Скворцова, С. Петров. – Москва: Юнайтед Пресс, 2012.
6. Клиффорд Г. Ф. Управление проектами: учебное пособие/ Г. Ф. Клиффорд, Э. У. Ларсон. – Москва: Дело и сервис, 2013.
7. Нугайбеков Р. А. Корпоративная система управления проектами. От методологии к практике / Р. А. Нугайбеков, Д. Г. Максин, А. В. Лящук. – Москва: Альпина Паблишер, 2015.
8. Ньютон Р. Управление проектами от А до Я / Р. Ньютон. – Москва: Альпина Паблишер, 2012.
9. Казакова А.Н., Файзуллина А.Г. Концепция CRM и CRM системы на предприятиях // Символ науки. 2016. № 1-1 (13)
10. Шуремов Е. Л. Информационные технологии взаимоотношения с клиентами / Е.Л. Шуремов – М.: 1С- Паблишинг, 2005. – 98 С
11. Волков И.Ю. Тенденции развития CRM систем в России // В сборнике: Инновационный менеджмент и технологическое предпринимательство материалы Всероссийского молодежного научного форума. Новосибирский государственный технический университет Новосибирского областного фонда поддержки науки и инновационной деятельности, НОЦ «Школа современного управления» факультета бизнеса НГТУ. 2015

12. Терская Г.А., Терский А.А. Значение CRM-системы для роста конкурентных преимуществ компаний в условиях экономической нестабильности // В сборнике: Управление реформированием социально-экономического развития предприятий, отраслей, регионов Сборник научных статей VI Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей. Под редакцией В.В. Бондаренко, П.Г. Яновой, М.А. Таниной, С.В. Самуйлова, С.А. Барбашовой, Н.Г. Смолич. 2015.

13. Фролов Р.Н. Актуальные вопросы рассмотрения и использования CRM-систем при изучении дисциплин информационного цикла // Научный альманах. 2017. № 11-2 (13).

14. Морозов Е.М. CRM-системы как средство автоматизации взаимодействия с клиентами // Современные научные исследования и инновации. 2017. № 3-3 (47).

15. Шепталиня Л.И., Падерина Л.А. Использование CRM-систем в работе с клиентами на малых предприятиях // В сборнике: Эффективные технологии менеджмента для российской экономики Тематический сборник научных трудов 68-й студенческой научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации; Южно-Уральский государственный университет, Кафедра «Международный менеджмент». 2015

16. Харитонов В.И. Применение CRM-систем при принятии управленческих решений в организации // Системное управление. 2016. №5

17. Терский А.А. Экономическая эффективность CRM-систем // Новая наука: Проблемы и перспективы. 2015. № 1 (1)

18. Официальный сайт ООО «ВебСеверск» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://web-seversk.ru>. Дата обращения: 25.04.2018 г.

19. Ткадлец Л.А. Влияние развития технологий коммуникации на маркетинг // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 1-10.

20. Рыжкова Т.Б., Тарасенко Е.А. Управление клиентской политикой на основе технологий CRM (на примере частного лечебно-профилактического учреждения) // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2017. № 3 (146)

21. СанПиН 2.2.4-548-96. Физические факторы производственной среды. Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений. – М.: Стандартинформ, 2007.

22. Санитарные нормы 2.2.013-94. Физические факторы производственной среды. Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки. - М.: Стандартинформ, 2007.

23. ГОСТ 12.1.005-88. Система стандартов безопасности труда (ССБТ). Санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны. – М.: Стандартинформ, 2007. – 10 с.