

Управление маркетинговой деятельностью

Проведение эффективных маркетинговых кампаний и создание удобной среды взаимодействия с помощью Microsoft Dynamics CRM 4.0

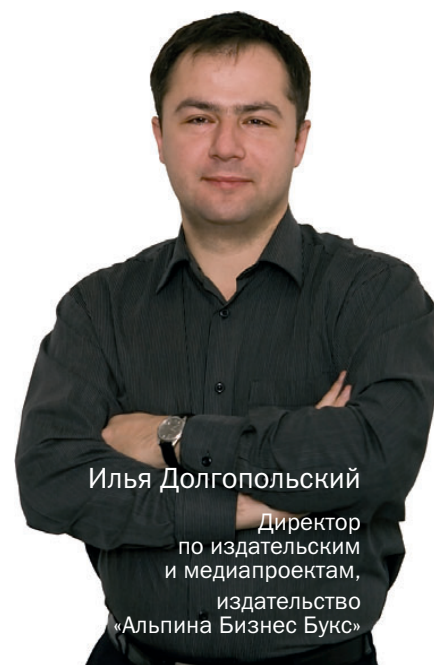
Предоставьте специалистам по маркетингу мощные средства для сегментации клиентов, современные функции управления кампаниями и возможности всестороннего маркетингового анализа – то есть все необходимое для совершенствования маркетинговых программ, повышения их эффективности и отслеживания ключевых показателей. Новая версия Microsoft Dynamics® CRM 4.0 предлагает универсальный набор функций управления маркетинговыми кампаниями для построения эффективной работы с клиентами.

Microsoft Dynamics CRM 4.0 для маркетинга



На диаграмме представлены функции и возможности Microsoft Dynamics CRM 4.0, позволяющие эффективно управлять рекламными кампаниями и оптимизировать маркетинговую деятельность.

С Microsoft Dynamics CRM мы получили возможность повысить качество и оперативность работ по квалификации и учету обращений клиентов, формированию и отправке предложений. Для отслеживания тенденций в предпочтениях наших клиентов мы используем аналитические инструменты системы. Упорядочение информации о заказчиках и снижение операционных затрат – наиболее значимые результаты внедрения Microsoft Dynamics CRM в «Альпина Бизнес Букс».



Илья Долгопольский

Директор по издательским и медиапроектам, издательство «Альпина Бизнес Букс»

Внедрение Microsoft Dynamics CRM в КМБ-банке позволило создать комплексное интегрируемое решение для автоматизации процессов потребительского кредитования: регистрации входящих обращений (претензий), подбора подходящих продуктов, информирования, формирования базы знаний для качественного консультирования и обслуживания клиентов.

Екатерина Киселева
Руководитель проекта,
КМБ-банк

Планируйте заблаговременно

Преобразуйте информацию о клиентах в четкое представление об их потребностях благодаря всесторонней аналитике, позволяющей быстро реагировать на изменение предпочтений потребителей и появление новых бизнес-возможностей.

Получайте четкое представление о клиенте

Формируйте всестороннее представление о ваших клиентах для точного выделения сегментов рынка на основе параметров записей о клиентах, информации о продажах и демографических признаков.

Подбирайте подходящие маркетинговые инструменты

Используйте функции отчетности и анализа для оценки эффективности маркетинга на всех направлениях – печатные издания, электронная почта, онлайн-реклама и т. д., чтобы сконцентрироваться на наиболее эффективных каналах маркетинговой деятельности.

С легкостью управляйте рабочими процессами

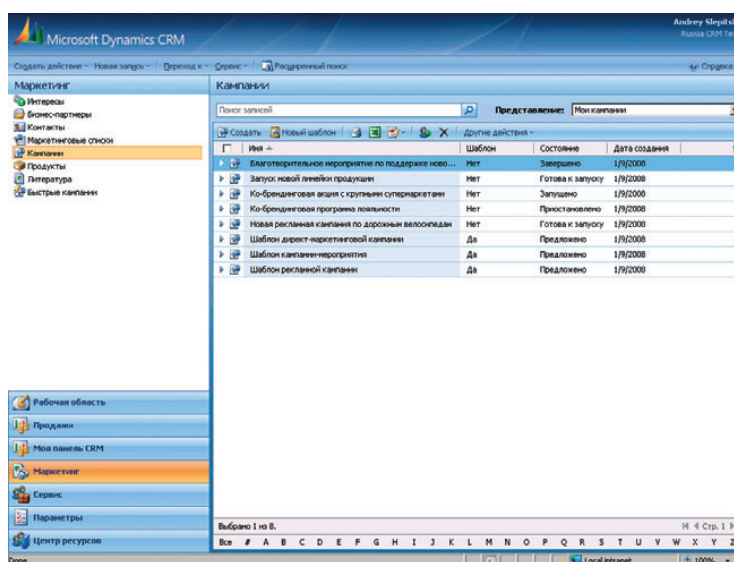
Используйте возможности управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) как дополнение Microsoft® Office Outlook® 2007. Создавайте маркетинговые документы с помощью функции слияния в Microsoft Office Word 2007.

Проводите хорошо подготовленные кампании

Используйте интеллектуальные средства сегментации и создания маркетинговых списков, чтобы быстро и эффективно налаживать коммуникации с потенциальными клиентами и поддерживать отношения с существующими. Создавайте на основе удачных кампаний шаблоны для последующего применения.

Контролируйте ход кампаний в режиме реального времени

Воспользуйтесь преимуществами мощных средств построения отчетов и анализа, чтобы в режиме реального времени отслеживать скорость реагирования на обращения, измерять уровень интереса, контролировать затраты на маркетинговые кампании и стоимость привлечения клиентов.



The screenshot shows the Microsoft Dynamics CRM interface. The main window displays a list of campaigns under the 'Кампании' (Campaigns) section. The table has columns for 'Имя' (Name), 'Состояние' (Status), and 'Дата создания' (Creation Date). The table contains several rows of campaign data.

Имя	Состояние	Дата создания
Благотворительное мероприятие по поддержке ново...	Нет	Закончено 1/9/2008
Запуск новой линейки продукции	Нет	Готова к запуску 1/9/2008
Ко-брендинговая акция с крупным супермаркетом	Нет	Запущено 1/9/2008
Ко-брендинговая программа лояльности	Нет	Приостановлено 1/9/2008
Новая рекламная кампания по дорожным велосипедам	Нет	Готова к запуску 1/9/2008
Шаблон директ-маркетинговой кампании	Да	Предложено 1/9/2008
Шаблон кампании-перспективы	Да	Предложено 1/9/2008
Шаблон рекламной кампании	Да	Предложено 1/9/2008

Удобные возможности разработки, проведения и отслеживания маркетинговых кампаний с помощью настраиваемых шаблонов

Создавайте эффективные предложения

Используйте единый взгляд на предпочтения клиентов, их взаимоотношения и истории заказов для прогнозирования будущих потребностей, укрепления доверия и создания эффективных предложений по сопутствующим и дополнительным продажам.

Оптимизируйте разработку списков

Создавайте маркетинговые списки. Автоматически формируйте статические и динамические списки на основе контактов или информации о потенциальных сделках. Используйте средства расширенного поиска с широким набором настраиваемых условий для сегментирования клиентов. Импортируйте списки из других источников, обеспечивая точность работы с данными с помощью «мастера» импорта данных.

Объединяйте задачи в группы. Импортируйте большие объемы статистических данных в часы малой нагрузки для оптимизации производительности системы благодаря поддержке пакетных операций.

Повышайте точность данных. Автоматически находите и удаляйте дублированные записи для увеличения показателей отклика и повышения результативности кампаний. Легко создавайте новые правила обработки повторяющихся записей.

Учитывайте мнение клиентов. Убедитесь, что маркетинговые списки создаются на основе способов коммуникации, предпочтительных для ваших клиентов, чтобы избежать холостых циклов и повысить отклик на маркетинговые кампании.

Эффективно управляйте кампаниями

Управляйте жизненным циклом кампании. Назначайте задачи, мероприятия и материалы для всего жизненного цикла кампании. Формируйте бюджеты и создавайте план последующих действий в отношении респондентов и тех, кто отказался от участия в акции.

Повышайте ценность торговой марки. Наладьте совместную работу разных рабочих групп и подразделений компании для создания целостного представления о торговой марке и повышения ее ценности.

Работайте с привычным интерфейсом пользователя. Автоматически синхронизируйте электронные сообщения, задачи и контактные сведения, используя полную интеграцию Office Outlook 2007 с Microsoft Dynamics CRM. Создавайте и отправляйте персонализированные материалы с помощью функции слияния в Office Word 2007, управляйте шаблонами слияния при помощи веб-интерфейса независимо от вашего местонахождения.

Отслеживайте реакции на кампанию. Отслеживайте реакцию потребителей на каждое проведенное мероприятие. Превращайте ответные сообщения в обращения потенциальных клиентов или потенциальные сделки, оценивайте потенциальных клиентов и решайте многие другие задачи всего несколькими щелчками мыши.

Отслеживайте результаты. В режиме реального времени создавайте и анализируйте подробные отчеты об эффективности маркетинговой деятельности, в которых отслеживаются ключевые показатели кампании, например окупаемость инвестиций, скорость реагирования потребителей, расходы в расчете на отклик, стоимость привлечения клиента.

Запускайте маркетинговые кампании быстро и легко

Планируйте и проводите мероприятия. Создавайте кампании с нуля или используйте заранее определенные шаблоны. Составляйте расписания и планы рекламных мероприятий – как краткосрочные, так и долгосрочные. Запускайте кампании в любой стране мира, используя возможности поддержки разных языков и валют.

Контролируйте четкую доставку нужной информации. Создавайте качественные шаблоны электронной почты, работайте со средствами взаимодействия на основе функций слияния. Автоматически преобразуйте электронные сообщения в контакты, клиентов и потенциальные сделки в соответствии с заданными правилами.

Выбирайте активности. Выбирайте типовые активности для своей рекламной кампании, такие как рассылка по электронной почте, телефонные звонки, факсимильные сообщения или личные встречи, после чего назначайте активности соответствующим сотрудникам.

Внедрение Microsoft Dynamics CRM дало нашей маркетинговой службе возможность выхода на более высокий качественный уровень работы с клиентами. Теперь наши маркетологи могут в любой момент «поднять» договоренности, протоколы встреч по любому проекту, поработать с историей тендерных предложений и сделать это из любого нашего офиса в считанные секунды.

Михаил Егоров

Директор по ИТ,
Сибирская
Сервисная Компания

Для достижения наших целей мы тщательнейшим образом выстраиваем процессы деятельности компании. Внедрение новой системы для обслуживания клиентов на основе Microsoft Dynamics CRM является одним из ключевых условий успеха «ФОСБОРН ХОУМ» и приобретает особое значение в связи с осуществляемой нами масштабной региональной экспансией.

Василий Белов
Генеральный директор,
ФОСБОРН ХОУМ

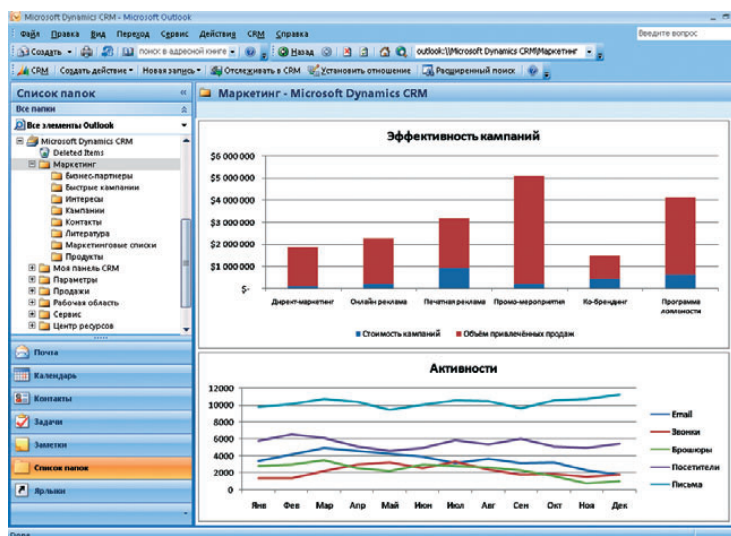
Более подробные сведения о Microsoft Dynamics CRM можно получить на веб-узле www.microsoft.com/rus/crm

Превращайте потенциальные сделки в реальные

Сделайте обработку обращений более эффективной. Без труда разделяйте обращения потенциальных и текущих клиентов, создавайте возможные сделки на основании обращений одним щелчком мыши.

Автоматически перенаправляйте обращения. Автоматически распределяйте обращения по сотрудникам на основании продукта, территории, стоимости заказа или любого другого заданного критерия.

Узнавайте о скрытых возможностях продаж. Отслеживайте взаимоотношения между вашими клиентами, партнерами и поставщиками, чтобы открывать новые возможности для продаж. Анализируйте и используйте сложные бизнес-сценарии с поддержкой многосторонних отношений.



Отслеживание эффективности кампании, активности в рамках различных каналов и других сведений на одном экране

Используйте информацию

Выявляйте тенденции и прогнозируйте эффективность. Продвигайте на рынок новые продукты и услуги, создавайте возможности для продажи более дорогих и сопутствующих товаров. Распределяйте маркетинговые ресурсы, основываясь на ясном понимании рыночных тенденций и возможностей продаж.

Заслужите доверие клиентов. Используйте преимущества всестороннего представления о клиентах, чтобы заранее предлагать им новые услуги, усовершенствованные продукты, а также чтобы поощрять лояльных покупателей.

Анализируйте демографические признаки. Разделяйте клиентов с учетом демографических показателей и выявляйте тенденции в разных сегментах.

Рассчитайте коэффициент окупаемости маркетинговых программ. Создайте специальные панели мониторинга для руководства и ключевых менеджеров компании, которые позволят быстро отслеживать основные маркетинговые показатели и продемонстрировать значимость маркетинговых программ.