

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ

Microsoft Dynamics CRM

CRM-решение для финансовых учреждений

Новые стандарты управления взаимоотношениями с клиентами
в финансовой сфере

Дата публикации: март 2007 г.

www.microsoft.com/rus/dynamics/crm

Об авторе



Макс Фатуретчи (Max Fatouretchi), директор Академии CRM в Центральной Европе, является также специалистом корпорации Майкрософт в регионе EMEA по продуктам CRM для финансовой отрасли и сертифицированным специалистом корпорации Майкрософт по продуктам CRM.

Основное внимание Макс уделяет CRM-проектам и организации CRM-процессов для клиентов из финансовой отрасли в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке. Более семи лет он руководит проектами по автоматизации продаж в финансовой отрасли, а также пишет, выступает, проводит семинары и занятия по стратегиям CRM для специалистов в области торговли и банковского дела из стран Европы.

Макс считается одним из самых авторитетных специалистов в области CRM-стратегии и состояния рынка этих продуктов и ведет постоянные рубрики в таких изданиях, как BANKinsider и bestbanking. Многие издания цитируют его как эксперта по данной тематике. Макс часто выступает на конференциях и семинарах по всей Европе.

До получения нынешней должности он проработал семь лет в компании-партнере Microsoft Business Solution и еще семь — в корпорации Digital Equipment Corporation, где курировал маркетинговую политику в области продаж и решений, а также вертикальные программы компании.

Свободное от работы время Макс посвящает катанию на горном велосипеде, бегу, путешествиям и чтению.

Макс имеет большой опыт работы как с продуктами для управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), так и с решениями для планирования ресурсов предприятия (ERP). Он занимался практическим внедрением решений Microsoft Dynamics CRM в банковском секторе и поддерживает весьма тесные связи с сообществами пользователей систем CRM и корпоративных приложений.

Макс получил степень бакалавра по специальности «компьютерная технология» в Венском техническом университете в Австрии со специализацией в области обработки коммерческих данных.

Контактные данные:

Макс Фатуретчи

MaxFat@microsoft.com

Тел.: +43-676-83064-379

Содержание

Об авторе.....	2
Введение	4
О банке Raiffeisenbank Kleinwalsertal	5
В чем преимущество решения Microsoft Dynamics CRM?	5
Ценность клиента и «доля в кошельке клиента»	6
Управление бизнес-процессами в CRM-системе	7
CRM-решение и окупаемость инвестиций	7
Краткое изложение преимуществ.....	8
Деятельность банка, ориентированная на клиента	9
Новые стандарты управления платформой	10
Интеграция веб-служб с решением Microsoft Dynamics CRM.....	10
Знакомый интерфейс	11
Заключение	11

Введение

За последние десять лет увеличилось число людей с очень большим собственным капиталом, в то время как объем принадлежащих этой группе ликвидных активов не изменился. Эта тенденция побудила частные банки и компании, управляющие активами, сосредоточить свое внимание на принципиально важных стратегиях, необходимых для поиска, привлечения и сохранения этой выгодной категории клиентов. Для этого финансовым консультантам необходимо налаживать взаимосвязи между большим количеством людей, банков, специалистов по управлению активами, ревизоров, адвокатов по налогообложению, семейных офисов и государственных учреждений (налоговых управлений и налоговых служб).

Таким образом, современный банк должен уметь находить компромисс между корпоративными интересами и частными интересами клиентов. Банк должен предлагать широкий набор комбинированных альтернативных вариантов инвестирования. Для этого банку нужна технология для понимания комплексного финансового состояния своих клиентов, чтобы достигнуть максимальной окупаемости их инвестиций.

Кроме того, финансовые учреждения стремятся обеспечить прозрачность операций, что позволит внутренним подразделениям упростить свои процессы, а клиентам — почувствовать, что они имеют дело с единой организацией. Достижение прозрачности начинается с изменения инфраструктуры данных (систематизация и централизация сведений о клиентах для использования в пределах организации), за которой следует создание интегрированных пользовательских и бизнес-процессов.

Банковское сообщество осознает, что управление взаимоотношениями с клиентами (технология CRM) — это не просто компьютерная система или подход к организации работы, а бизнес-стратегия, в которой данные о клиентах используются для увеличения продаж и повышения качества обслуживания. С этой точки зрения технология CRM в банковской сфере могла бы стать мощным инструментом, позволяющим финансовой организации повысить качество консультаций и услуг за счет эффективного использования данных о клиентах.

В этом отношении платформа Microsoft Dynamics™ CRM предоставляет ряд CRM-решений, помогающих финансовым организациям развиваться и открывать новые возможности.

- Она помогает финансовым организациям и компаниям, управляющим активами, выявлять новые возможности и повышать качество обслуживания клиентов.
- Она позволяет компаниям по управлению активами и финансовым организациям применить новый уровень управления взаимоотношениями с клиентами.
- Она предоставляет финансовым консультантам удобный интерфейс с подробным представлением данных и полной интеграцией с программами Microsoft® Office.
- Она предоставляет функции управления и помогает принимать обоснованные решения за счет лучшего понимания сути происходящего.
- Она может предоставить полнофункциональное CRM-решение, специализированное в соответствии с требованиями финансовой отрасли, включая функции управления финансовыми рисками и финансового планирования для клиентов.
- Она полностью интегрируется с основными банковскими приложениями и обеспечивает взаимодействие через интернет и внутри корпоративных сетей с помощью веб-служб.
- Она обеспечивает взаимодействие с центром обработки вызовов с помощью интернет-телефонии и функции интерактивного речевого ответа (IVR) для автоматизации и организации центров по обслуживанию клиентов.

В данном документе, предназначенном для клиентов из финансовой отрасли и их партнеров, приведены примеры работы Microsoft Dynamics CRM в банках. В нем также рассмотрен ряд бизнес-сценариев, включая внедрение CRM-решения в крупнейшем частном банке Австрии Raiffeisenbank Kleinwalsertal. Эти сценарии позволяют лучше понять эффект от использования системы Microsoft Dynamics CRM.

Более семи лет Макс Фатуретчи проводит консультации по полному циклу внедрения, использования и обслуживания CRM-решений в финансовой отрасли. Это свидетельствует о его высочайшей квалификации в вопросах разработки программ по автоматизации продаж в этой сфере деятельности.

О банке Raiffeisenbank Kleinwalsertal

Банк Raiffeisenbank Kleinwalsertal — крупнейший частный банк Австрии с отделениями в Австрии, Испании и Лихтенштейне, обслуживающий клиентов из Европы, Азии и Америки. Имея депозиты на сумму более 28 млрд. евро (35,5 млрд. долл. США) и более чем 25-летний опыт работы на рынке банковских услуг, включая десять лет активного использования CRM-решений, банк Raiffeisenbank Kleinwalsertal является одним из ведущих финансовых учреждений Европы.

В чем преимущества решения Microsoft Dynamics CRM?

Банк Raiffeisenbank Kleinwalsertal более десяти лет занимался внедрением CRM-стратегий в целях повышения качества обслуживания и удовлетворенности клиентов. За счет активного использования CRM-систем банк Raiffeisenbank Kleinwalsertal стремится решить следующие задачи:

- стать банком, ориентированным на клиентов, а не на продукты;
- более успешно конкурировать с банками, предлагающими схожие продукты;
- обеспечить конкурентоспособность в борьбе с новыми игроками, приходящими в основном из других сегментов рынка, таких как страхование;
- повысить эффективность продаж и маркетинга;
- укрепить доверие и лояльность клиентов;
- привлечь новых клиентов.

До перехода в 2005 году на программное обеспечение Microsoft Dynamics CRM банк Raiffeisenbank Kleinwalsertal использовал две другие CRM-системы. Среди основных характеристик продукта Microsoft Dynamics CRM, которые побудили банк выбрать именно его в качестве нового CRM-решения, можно назвать следующие:

- возможность взаимодействия с программами Microsoft Office, такими как Microsoft Outlook®;
- хорошо знакомый пользовательский интерфейс, сходный с интерфейсом приложений Microsoft Office;
- использование веб-служб для интеграции с основными банковскими приложениями;
- лучшая цена и производительность в пересчете на совокупную стоимость владения благодаря быстрому внедрению и развертыванию;
- готовые вертикальные решения для применения в банковской сфере.

Ценность клиента и «доля в кошельке клиента»

Интегрированные клиентские данные — одна из важных составляющих CRM-решения и главный объект многих CRM-приложений. Естественно, что интегрированные клиентские данные также полезны для сегментации и краткого описания клиентов, для повышения качества работы и для организации индивидуального подхода к обслуживанию. Выгодность клиента традиционно зависит от его капитала, а это означает, что нужно определить денежную ценность клиента для банка. Эффективная CRM-система дает банку полное представление о клиенте, его выгоды, потребностях и запросах. Она также позволяет реализовать стратегический подход, ставящий клиента во главу угла.

Все применяемые банком CRM-процессы созданы с учетом CRM-стратегии и концепции банка, а также внимания компании к запросам клиентов. С помощью CRM-решения банк может предоставлять клиентам наиболее подходящие им продукты и услуги. Для этого банк должен знать своих клиентов и их потребности. Для сегментации клиентов можно создать клиентские профили, чтобы продукты и услуги банка можно было целенаправленно ориентировать на клиентов. Это позволит продлить взаимоотношения клиента с банком и увеличить так называемую «долю в кошельке клиента».



Рисунок 1. Рабочие процессы CRM-решения

Управление бизнес-процессами в CRM-системе

Частные банки, стремящиеся получить выгоду от CRM-системы, должны изменить принципы управления бизнес-процессами и, используя бизнес-процессы на основе CRM-решения, внедрить технологию CRM во все области, где это может быть прибыльно для банка. Внедрение CRM-приложения — это способ стать ориентированным на клиента и оптимизировать процессы, то есть путь к тому, чтобы повысить свою конкурентоспособность в условиях глобального открытого рынка. Приложение для управления взаимоотношениями с клиентами не может быть обособленным, оно должно оптимизировать и интегрировать все процессы по всем подразделениям компании. Это позволит сделать все процессы действительно эффективными.

Большая проблема при анализе, моделировании и использовании CRM-процессов — оптимизация по всем каналам взаимодействия с клиентами. Сегодня банки ориентированы на процессы и работают с автоматизированными, интегрированными и синхронизированными процедурами. Это одно из основных условий получения прибыли в краткосрочной перспективе за счет повышения доходов и сокращения расходов. Но чтобы гарантировать успех на рынке в долгосрочной перспективе, требуется гибкая инфраструктура бизнес-процессов. Инфраструктура CRM-процессов должна позволять банкам быстро реагировать на изменения запросов клиентов и рыночной ситуации. Действуя в этом направлении, можно постоянно повышать удовлетворенность клиентов.

CRM-решение и окупаемость

Однако не следует сбрасывать со счетов и такие показатели, как затраты и окупаемость инвестиций. Руководство имеет полное право спросить: «Каковы выгоды от внедрения CRM-системы?». Внедрение CRM-системы — дорогое удовольствие. Следовательно, для такого внедрения всегда нужно оценивать окупаемость. Коэффициент окупаемости инвестиций в CRM-решение рассчитывается как денежные поступления, обусловленные внедрением CRM-системы, отнесенные к затратам на систему и ее внедрение. Таким образом, этот коэффициент описывает доход от инвестиций в CRM-систему.

Для успеха CRM-решения важно, чтобы за короткий период была достигнута существенная окупаемость инвестиций. Следует оценить издержки и предполагаемые доходы за определенный период, при этом окупаемость инвестиций в CRM-решение должна являться гарантией того, что проект развивается в правильном направлении.

Когда речь идет о частных банках и компаниях по управлению активами, важно хорошо подготовиться, прежде чем начинать финансовые консультации с клиентом. В банке Raiffeisenbank Kleinwalsertal более 100 консультантов по продажам и финансовым вопросам ежедневно используют CRM-решение для подготовки к визиту каждого клиента. Каждый день у консультантов происходит в среднем по пять встреч с клиентами. В некоторых случаях подготовка может занять несколько часов, включая анализ ситуации, выбор наилучших продуктов и подготовку индивидуальных предложений для каждого клиента на основе его данных и профиля. Используя CRM-систему, банк экономит в среднем 25 процентов времени на каждой процедуре подготовки, что приводит в целом к 12-процентному повышению продаж, поскольку время, затраченное на подготовку, равнозначно времени, затраченному на беседу с клиентом, с точки зрения общих временных затрат на консультацию. Результат — на общение с клиентом остается больше времени за счет сокращения времени на подготовку к встрече. Все это экономит средства и ежедневно повышает доход банка.

Преимущества от внедрения CRM-стратегии можно разделить на следующие категории:

- возможность практически полностью отказаться от бумажной работы за счет сбора основных данных и сведений о визите клиента в главном офисе и непосредственно через CRM-систему;
- повышение эффективности и качества финансовых консультаций как на этапе подготовки, так и в ходе самих консультационных визитов;
- совершенствование и автоматизация основных бизнес-процессов путем интеграции CRM-системы с внешними и внутренними системами; исключение ненужных процессов;
- доступ к высококачественным управленческим данным для создания четких и своевременных отчетов;
- упрощение организации единого и согласованного обслуживания клиентов за счет управления контактными данными и перепиской клиентов через централизованную базу данных;
- повышение эффективности и качества общения с клиентами за счет использования легко доступных электронных клиентских данных.

Краткое изложение преимуществ

Перечисленные выше конкретные преимущества могут принести организации более существенные выгоды, такие как сокращение затрат, более быстрое и четкое обслуживание клиентов, более высокий уровень продаж в целевых группах, дать лучшие возможности для стимулирования персонала (и, следовательно, удержания постоянных клиентов) и решение задач по организации дополнительных и перекрестных продаж. В заключение следует обратить внимание на стратегические преимущества — лучшую согласованность с политикой банка и упрочение взаимосвязей с внешними партнерами и поставщиками.

Деятельность банка, ориентированная на клиента

Поскольку частные банки сталкиваются с клиентами лицом к лицу, персонал банка имеет уникальные возможности для продвижения новых продуктов и услуг, выявления проблем и укрепления доверия со стороны клиентов. Для этого банки должны обеспечивать быстрое и персонализированное предоставление услуг. В этом им могут помочь CRM-процессы.

Продукт Microsoft Dynamics CRM упрощает деятельность консультантов, а поскольку он создан на основе технологии Microsoft® .NET и веб-служб, то обеспечивает интеграцию с разными приложениями. Сотрудники имеют доступ в реальном времени к клиентской истории, счетам, деятельности и данным о взаимодействиях клиента, независимо от того, каким образом он общается с банком. Такое сочетание эффективности операций и ориентации на клиента дает реальные преимущества как банку, так и его клиентам.



Рисунок 2. Созданная на основе Microsoft Dynamics CRM система обеспечивает широкие возможности и интеграцию с основными банковскими и партнерскими приложениями для единого представления важных данных о клиентах

Новые стандарты управления платформой

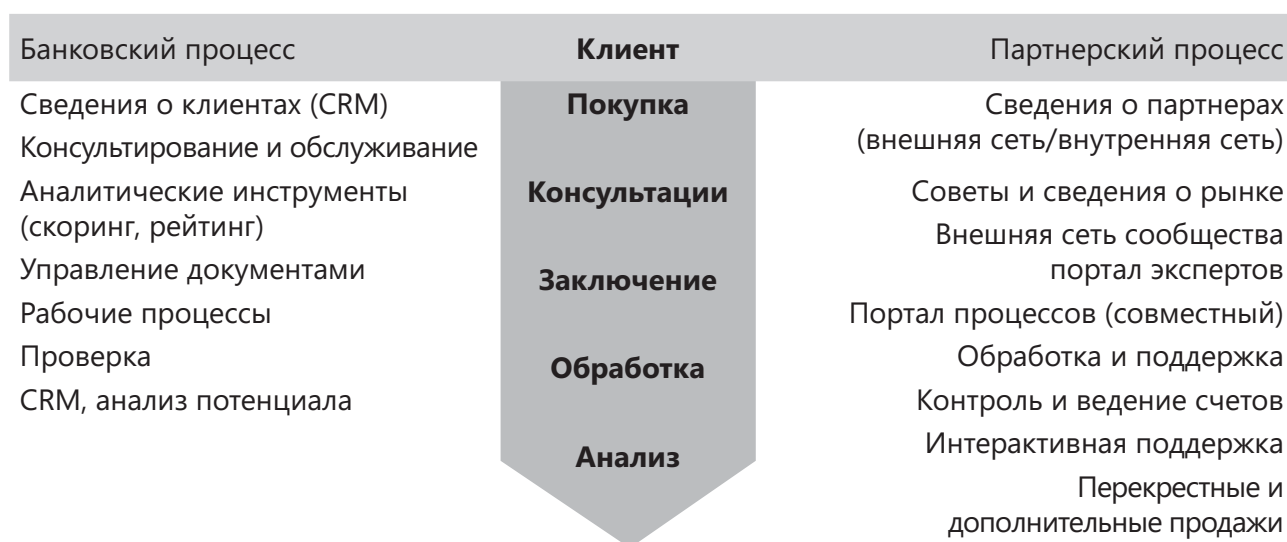
Лицам, принимающим решения, и финансовым организациям нужна единая платформа для взаимодействия служб и данных с различными приложениями, банковскими системами и интернетом. Такая платформа обеспечивает всем группам специалистов доступ к общему представлению всех взаимоотношений с клиентами. Благодаря этому организация может повысить качество услуг и подбирать их индивидуально для каждого клиента.

Microsoft Dynamics CRM — это масштабируемое решение на основе веб-служб, которое дает финансовым организациям необходимую гибкость для настройки процессов и технологических потоков в точном соответствии с существующими потребностями. Это решение включает следующие компоненты.

- Корпоративное хранилище для общих компонентов, функций и элементов данных, используемых в различных каналах и приложениях.
- Ориентированная на процессы система управления, которая позволяет создавать, расширять, повторно использовать и развертывать технологические процессы в различных каналах и приложениях.
- Функции для взаимодействия между приложениями, такие как отчеты, тестовые показатели, предупреждения и автоматические запросы.
- Централизованные системы создания журналов событий и аудита для эффективного контроля за соблюдением норм безопасности и конфиденциальности и внутренними процессами управления рисками.
- Возможность взаимодействия с технологией Microsoft .NET и веб-службами обеспечивает ускорение разработки и эффективную интеграцию с действующими приложениями.

Кроме того, это решение использует технологию .NET и предоставляет возможность взаимодействия в реальном времени и многочисленные варианты автономной работы, позволяющие сотрудникам вести дела при недоступности центрального узла или во время поездок. Для банка это означает более низкую совокупную стоимость владения, гибкость, повышенную конкурентоспособность, быстрое развертывание обновлений и расширений.

Приложение, ориентированное на клиента



Интеграция веб-служб с решением Microsoft Dynamics CRM

Продукты

Управленческие процессы

Совместная работа и проект

Знакомый интерфейс

Решение Microsoft Dynamics CRM может предоставить полный набор средств управления финансами и все стандартные функции продукта Microsoft Dynamics CRM в едином пользовательском интерфейсе, подобном интерфейсу приложений Microsoft Outlook и Microsoft Office и учитывающем требования к выполнению финансовых операций пользователями банковского приложения. Для повышения эффективности работы этот пользовательский интерфейс также включает многочисленные служебные функции, такие как общее представление всех сведений о клиенте, обеспечивает средства управления рекламными кампаниями и полностью интегрирован с Microsoft Office. Хорошо знакомый интерфейс помогает снизить затраты на обучение и в то же время открывает перед пользователями возможности для более эффективной работы с приложением.

Продукт Microsoft Dynamics CRM в простой форме интегрирует основные банковские приложения. Это унифицированное решение, помогающее финансовым консультантам повысить качество своих услуг, реализовать новые подходы и работать более эффективно.

Microsoft Dynamics CRM может предоставлять функциональные возможности, принципиально важные для финансовых организаций, например:

- управление финансовыми профилями клиентов;
- формирование основ культуры предоставления финансовых услуг;
- разработка планов инвестиций и повышения доходности;
- разработка плана по доходам на основе данных по клиентам и продуктам;
- полная интеграция с основными банковскими приложениями.

Заключение

Решение, представленное в этом документе, было разработано на платформе Microsoft Dynamics CRM с учетом десятилетнего опыта работы клиентов и партнеров с проектами CRM в банковской сфере. Разработчики решения стремились создать модель для финансовых институтов на основе наиболее удачных практических примеров. С помощью этой платформы банки и компании, управляющие активами, могут повысить производительность работы своих сотрудников и снизить затраты времени. Благодаря хорошо знакомому интерфейсу финансовые консультанты и специалисты по взаимоотношениям с клиентами смогут использовать функциональные возможности решения Microsoft Dynamics CRM, почти не тратя время на обучение. Платформа Microsoft Dynamics CRM позволяет легко устанавливать роли пользователей исходя из должностных обязанностей сотрудников банка, а также помогает настраивать и автоматизировать процессы в соответствии с предпочтениями и принятыми в организации стилями работы. Платформа Microsoft Dynamics CRM для банка — это решение для управления бизнесом. Она может стать залогом высокой окупаемости инвестиций и основой для формирования более управляемого, эффективного и прибыльного банковского учреждения.

Microsoft Dynamics — это линейка интегрированных и адаптируемых инструментов для управления бизнесом, которые позволяют с большей уверенностью принимать управленческие решения. Продукты Microsoft Dynamics работают аналогично широко распространенному программному обеспечению корпорации Microsoft и успешно взаимодействуют с этим программным обеспечением. За счет этого обеспечивается автоматизация и упорядочение процессов в сфере финансов, взаимоотношений с клиентами и управления цепочкой поставок, что помогает добиваться успеха в бизнесе.

www.microsoft.com/rus/dynamics/crm

Сведения, содержащиеся в данном документе, отражают текущую позицию корпорации Майкрософт относительно обсуждаемых вопросов на момент публикации. Поскольку корпорация Майкрософт должна реагировать на изменение рыночных условий, данный документ не может рассматриваться как обязательство с ее стороны и корпорация Майкрософт не гарантирует точности предоставленных сведений после даты публикации.

Документ носит исключительно информационный характер. КОРПОРАЦИЯ МАЙКРОСОФТ НЕ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ НИКАКИХ ГАРАНТИЙ, ЯВНЫХ, ПОДРАЗУМЕВАЕМЫХ ИЛИ ПРЕДУСМОТРЕННЫХ ЗАКОНОМ, ОТНОСИТЕЛЬНО СВЕДЕНИЙ, СОДЕРЖАЩИХСЯ В ДАННОМ ДОКУМЕНТЕ.

Пользователь должен действовать в соответствии со всеми применимыми законами об авторских правах. Согласно законам об авторских правах никакие части этого документа нельзя воспроизводить, хранить или использовать в поисковых системах или передавать в любой форме (электронной, механической, в виде фотокопий, записей или иными способами) и в любых целях без письменного разрешения корпорации Майкрософт.

Корпорация Майкрософт может являться правообладателем патентов, заявок на получение патента, товарных знаков и других объектов авторского права, которые имеют отношение к содержанию данного документа. Предоставление данного документа не означает передачи какой-либо лицензии на использование таких патентов, товарных знаков и прочих объектов авторского права, за исключением случаев, явно оговоренных в лицензионном соглашении корпорации Майкрософт.

© Корпорация Майкрософт, 2006. Все права защищены. Microsoft, Microsoft Dynamics, Outlook и эмблема Microsoft Dynamics являются охраняемыми товарными знаками корпорации Майкрософт в США и других странах. Другие названия компаний и продуктов, упомянутые в данном документе, могут являться товарными знаками соответствующих владельцев.

Microsoft®