

МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра «Маркетинг и менеджмент»

# CRM В ОБСЛУЖИВАНИИ КЛИЕНТА

*Методические рекомендации к лабораторным работам  
для магистрантов направления подготовки  
38.04.02 «Менеджмент» очной формы обучения*



Могилев 2022

УДК 339.138  
ББК 65.9  
С27

Рекомендовано к изданию  
учебно-методическим отделом  
Белорусско-Российского университета

Одобрено кафедрой «Маркетинг и менеджмент» «04» апреля 2022 г.,  
протокол № 10

Составитель ст. преподаватель С. Л. Комарова

Рецензент канд. экон. наук, доц. Т. Г. Нечаева

Методические рекомендации предназначены для проведения лабораторных занятий по дисциплине «CRM в обслуживании клиента», содержат лабораторные работы и индивидуальные задания.

Учебно-методическое издание

## CRM В ОБСЛУЖИВАНИИ КЛИЕНТА

Ответственный за выпуск	А. В. Александров
Корректор	Т. А. Рыжикова
Компьютерная верстка	М. М. Дударева

Подписано в печать 31.05.2022 . Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.  
Печать трафаретная. Усл. печ. л. 4.550" Уч.-изд. л. 4.77 . Тираж 21 экз. Заказ № 506.

Издатель и полиграфическое исполнение:  
Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования  
«Белорусско-Российский университет».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий  
№ 1/156 от 07.03.2019.  
Пр-т Мира, 43, 212022, г. Могилев.

© Белорусско-Российский  
университет, 2022

## Содержание

Введение .....	4
1 Лабораторная работа № 1. Введение – характеристика концепции CRM.....	5
2 Лабораторная работа № 2. Управление взаимоотношениями с клиентами – системный подход.....	10
3 Лабораторная работа № 3. Пример – реализация философии CRM.....	13
4 Лабораторная работа № 4. Каналы связи с клиентами как один из элементов построения долгосрочных отношений.....	17
5 Лабораторная работа № 5. Алгоритм работы с жалобой. Создание единой системы работы с жалобами. ....	23
6 Лабораторная работа № 6. Формирование плана корректирующих действий по работе с недовольным клиентом .....	29
7 Лабораторная работа № 7. Разработка программы лояльности клиентов.....	33
8 Лабораторная работа № 8. Методы внедрения CRM.....	34
9 Лабораторная работа № 9. Сегментации клиентов в соответствии с концепцией CRM.....	36
10 Вопросы к зачету по дисциплине «CRM в обслуживании клиента»...	37
Список литературы.....	39

## Введение

CRM (Customer Relationship Management) – это стратегия компании, определяющая взаимодействие с клиентами во всех организационных аспектах, таких как:

- реклама;
- продажи;
- доставка и обслуживание клиентов;
- дизайн и производство новых продуктов;
- выставление счетов и т.д.

**Цель CRM** – обеспечение роста продаж и прибыли предприятия на основе качественного управления взаимоотношениями с клиентами.

### **Задачи CRM:**

- создание единого источника информации по действующим и потенциальным клиентам;
- фиксация всей истории взаимодействия;
- автоматизация функций контроля и формирования отчетности;
- помощь в личной организации персонала;
- создание базы знаний по стандартным проблемам;
- создание библиотеки документов;
- единый продуктовый каталог;
- сохранность клиентской базы.

**Цель изучения дисциплины** заключается в формировании у студентов знаний о прикладных информационных технологиях управления взаимоотношениями с клиентами, методологических основах их проектирования, внедрения и сопровождения, что должно сформировать у студентов теоретические знания о CRM и практические навыки по применению современных профессионально ориентированных программных продуктов при решении практических задач.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- приобретение студентами прочных знаний и практических навыков в области, определяемой основной целью курса;
- ознакомление учащихся с многообразием CRM- и CSRP-систем;
- развитие знаний о способах и режимах обработки экономической информации;
- формирование навыков использования инструментальных и прикладных информационных технологий на практике.

# 1 Лабораторная работа № 1. Введение – характеристика концепции CRM

**Цель работы:** изучить интерфейс системы управления взаимоотношениями с клиентами Salesforce.com, ее основные разделы и функциональные возможности, особенности работы с данным программным продуктом.

## Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе

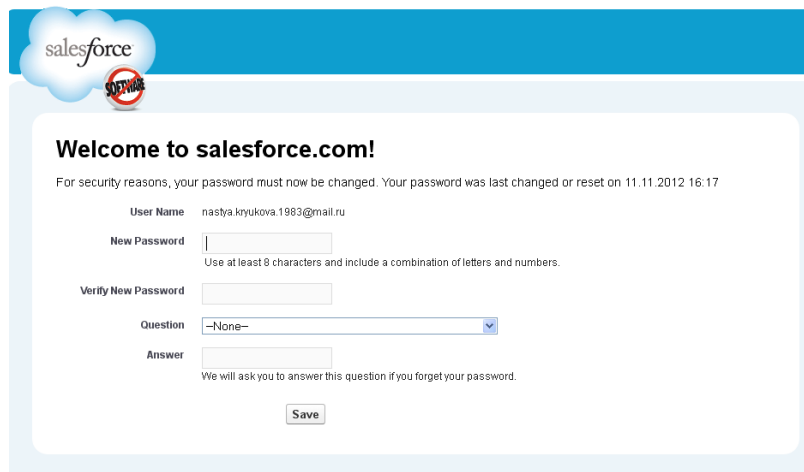
Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

## Задания

Система Salesforce позволяет добавлять, структурировать и находить важную деловую информацию. Чтобы начать работу с системой Salesforce.com, выполните указанные ниже предварительные действия.

1 Внесите свои учетные данные для входа в систему (логин, пароль) (рисунок 1).



The screenshot shows the Salesforce.com login interface. At the top, there is a blue header with the Salesforce logo. Below the header, a message reads: "Welcome to salesforce.com! For security reasons, your password must now be changed. Your password was last changed or reset on 11.11.2012 16:17". The form contains the following fields:

- User Name:** nasya.kryukova.1983@mail.ru
- New Password:** A text input field with a placeholder and a note: "Use at least 8 characters and include a combination of letters and numbers."
- Verify New Password:** A text input field.
- Question:** A dropdown menu currently set to "-None-".
- Answer:** A text input field with a note: "We will ask you to answer this question if you forget your password."

A "Save" button is located at the bottom of the form.

Рисунок 1 – Вход в систему Salesforce.com

2 Обновите личные сведения, для этого последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Мои личные сведения»** > **«Личные сведения»**.

Ниже перечислены параметры, которые могут быть изменены на странице личных сведений:

- **«Личные сведения»:** чтобы внести изменения, нажмите кнопку **«Правка»**.

При изменении адреса электронной почты сообщение-подтверждение отправляется на новый адрес. Чтобы активировать новый адрес электронной почты, щелкните ссылку, добавленную в полученное сообщение. Данный процесс позволяет обеспечить безопасность системы;

- «Изменить пароль»;
- «Параметры ответственного за утверждение»: позволяет настраивать параметры получения сообщений электронной почты, содержащих запросы на утверждение;
- «Объем памяти»: чтобы просмотреть объем использованной памяти, щелкните ссылку «Просмотр» рядом с полем «Использованное пространство данных» или «Использованное пространство файлов»;
- «Планы продаж»: позволяет создавать и редактировать планы продаж;
- «Персональные группы»: позволяет добавлять, обновлять и удалять персональные группы;
- «Стандартная группа сбыта»: позволяет настроить стандартную группу сбыта;
- «Стандартная группа, работающая с организацией»: позволяет настроить стандартную группу, работающую с организацией;
- «Журнал регистрации входа в систему»: администраторы могут просмотреть последние 10 успешных и неуспешных попыток входа пользователя в систему.

3 Измените псевдоним пользователя, должность, название компании, отдел, а также почтовый адрес. Нажмите **«Сохранить»**. Измените свой пароль, для этого нажмите соответствующую кнопку. Войдите в систему под новым паролем. Пользователю, меняющему пароль, будет предложено выбрать контрольный вопрос и ответить на него в том случае, если это не было сделано раньше. В случае восстановления пароля пользователь должен будет правильно ответить на этот вопрос, чтобы сбросить текущий пароль.

#### **Дополнительные рекомендации по использованию паролей.**

Надежность нового пароля, вводимого в поле «Новый пароль», можно определить с помощью визуального индикатора. Когда пароль соответствует минимальным требованиям политики паролей организации, визуальный индикатор и связанный текст показывают, что пароль принят и может быть сохранен. При этом отображается подсказка о том, как сделать пароль более надежным и сложным для подбора.

После изменения или сброса пароля, а также при попытке входа в систему Salesforce с чужого компьютера необходимо выполнить повторную активацию. Активация компьютера позволяет системе Salesforce проверять данные пользователей и предотвращать несанкционированный доступ к системе. Чтобы активировать компьютер, выполните указанные ниже действия:

- нажмите кнопку **«Отправить ссылку для активации»** на странице входа в систему. Система Salesforce отправляет сообщение со ссылкой для активации на адрес электронной почты, указанный в записи пользователя Salesforce;

– получив это сообщение, скопируйте ссылку для активации и вставьте ее в окно обозревателя. Ссылка для активации, содержащаяся в сообщении, доступна для копирования и вставки в окно обозревателя в течение 24 ч с момента нажатия кнопки;

– **«Отправить ссылку для активации»**. Через 24 ч ссылка для активации перестает действовать, и необходимо будет повторить процесс активации, чтобы войти в систему.

4 Просмотрите общедоступные группы, участником которых Вы являетесь, для этого выполните следующие действия:

– последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Мои личные сведения»** > **«Личные сведения»**;

– прокрутите страницу до связанного списка «Состав участников общедоступной группы», содержащего общедоступные группы, участником которых является текущий пользователь;

– чтобы просмотреть сведения об участниках группы, щелкните имя нужной группы.

5 Просмотрите все вкладки, доступные пользователю в системе Salesforce, щелкните значок (+) рядом с основными вкладками. Прочитайте более подробную информацию о некоторых пунктах (кнопка «Подробнее») (рисунок 2). Далее перечислены действия, доступные на данной странице:

– чтобы открыть вкладку, щелкните имя нужной вкладки;

– чтобы просмотреть логотип и доступные вкладки для каждого приложения, воспользуйтесь раскрывающимся списком «Просмотр»;

– чтобы изменить порядок отображения вкладок на странице, нажмите кнопку **«Настройка моих вкладок»**.

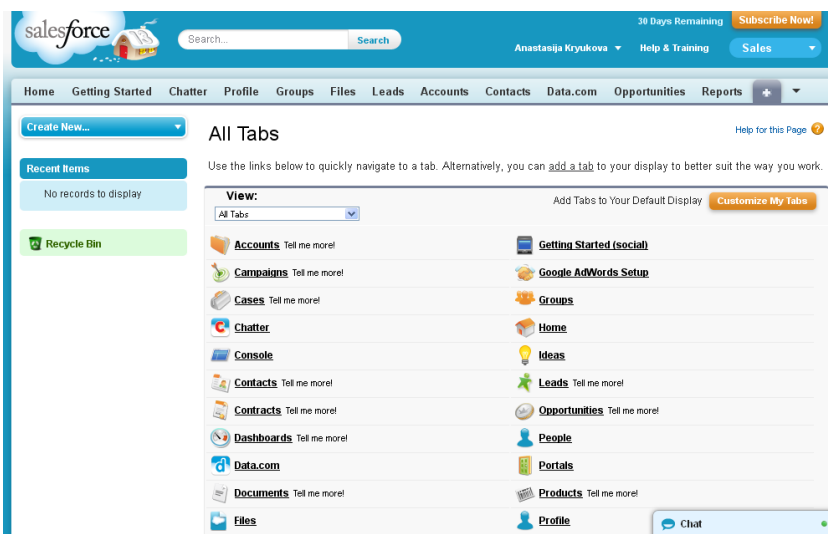


Рисунок 2 – Вкладки системы Salesforce

6 Измените настройки отображения окон системы. Для этого последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Мои личные сведения»** > **«Изменить мое отображение»**. Далее перечислены действия, до-

ступные на данной странице. Чтобы определить вкладки, отображающиеся при входе в систему, или выбрать вкладки, отображающиеся в каждом приложении, нажмите кнопку **«Настройка моих вкладок»**. По умолчанию отображаются вкладки, назначенные профилю пользователя. Добавьте на свою страницу вкладки «Обращения», «Решения», «Идеи», произвольно измените порядок их отображения и нажмите кнопку **«Сохранить»**.

7 Измените параметры отображения страницы, для этого выберите нужный объект в раскрывающемся списке и нажмите кнопку **«Настройка моих страниц»**: измените моментальный снимок панели мониторинга, отображаемый на вкладке «Начальная страница». Выберите нужную панель мониторинга (Панель мониторинга рабочих характеристик компании) и нажмите кнопку **«Сохранить»**. Ссылка для настройки вкладки «Начальная страница» доступна только в том случае, если макет начальной страницы поддерживает возможность добавления панелей мониторинга.

Для всех остальных вкладок выберите связанные списки, которые должны отображаться на страницах сведений. Чтобы добавить или удалить связанный список, выберите название нужного связанного списка и нажмите кнопку со стрелкой **«Добавить»** или **«Удалить»**. Чтобы изменить порядок отображения связанных списков, выберите название нужного связанного списка в области «Список выбранных» и нажмите кнопку со стрелкой **«Вверх»** или **«Вниз»** (на странице **Организации** удалите вкладку **Приложения и вложения**). Нажмите кнопку **«Сохранить»**.

8 Пользователь может разрешить просматривать свой календарь другим пользователям, персональным или общедоступным группам, ролям или ролям с их подчиненными. Для этого необходимо выполнить следующие действия:

- последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Мои личные сведения»** > **«Общий доступ к календарю»**;
- чтобы предоставить другим пользователям доступ к календарю, нажмите кнопку **«Добавить»**;
- чтобы добавить или удалить пользователей, роли или группы, воспользуйтесь кнопками со стрелками;
- чтобы определить уровень доступа к календарю, выберите одно из указанных ниже значений в поле «Доступ к календарю»;
- нажмите кнопку **«Сохранить»**. Значения, доступные в поле «Доступ к календарю», определяются уровнем общего доступа к календарю, заданным администратором для всей организации. Отображаются только те значения, которые в меньшей степени ограничивают доступ к календарю. Параметры общего доступа к календарю определяют доступность элементов календаря, но не предоставляют доступ к страницам сведений о событиях.

9 Осуществите настройку напоминаний о действиях (если в организации включена поддержка напоминаний, то по умолчанию окно напоминания отображается и звуковое уведомление проигрывается за 15 мин до времени начала события или в 8:00 того дня, когда истекает срок действия задачи). Для этого последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Мои личные сведения»** > **«Напоминания»**.



Чтобы проверить заданные параметры, нажмите кнопку **«Предварительный просмотр сигнала напоминания»**.

10 Настройте параметры социальных организаций и контактов.

Функция «Социальные организации и контакты» позволяет просматривать профили организаций, контактов и интересов в социальных сетях, а также другие связанные с ними данные прямо из Salesforce. Благодаря удобному доступу к данным, пользователи могут получить более полное представление о продажах в социальных сетях, которое может использоваться с целью удовлетворения потребностей текущих и потенциальных клиентов.

Для того чтобы настроить параметры социальных организаций и контактов, выполните следующие действия:

- последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Мои социальные организации и контакты»** > **«Параметры»**;
- щелкните **«Изменить параметры социальных организаций и контактов»**;
- настройте функцию **«Социальные организации и контакты»** в соответствии со своими потребностями;
- выберите нужные социальные сети. Чтобы отменить доступ к определенной социальной сети, снимите флажок напротив нужной сети;
- нажмите кнопку **«Сохранить»**.

11 Включите функцию автоматического отслеживания созданных записей, для этого настройте параметры сети Chatter.

Ленты Chatter содержат собственные сообщения и комментарии, сообщения и комментарии других пользователей, а также обновления для записей, опубликованные в организации Salesforce.

Обновления в лентах Chatter отображаются только в том случае, если пользователь отслеживает действия других пользователей и записи. Ленты Chatter отображаются в профилях, группах, на вкладке «Начальная страница» и на страницах сведений о записях.

Доступные обновления ленты определяются настройками функции отслеживания, заданными администратором. Правила общего доступа и параметры безопасности поля определяют изменения записи, отображаемые в лентах Chatter. Например, пользователь не может просмотреть обновления для недоступной ему записи. Обычно отображаются обновления для перечисленных ниже компонентов:

- изменения полей записи (например, изменение ответственного сотрудника, закрытых возможностей и обращений);
- задачи и события;
- преобразованные интересы;
- комментарии и сообщения в ленте Chatter;
- общедоступные файлы и ссылки;
- сообщения, комментарии и файлы в группах Chatter, участником которых является пользователь.

Выполните следующие действия:

- последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Мои настройки сети Chatter»** > **«Мои ленты»**;
- установите флажок «Автоматически отслеживать созданные записи»;
- нажмите кнопку **«Сохранить»**.

## **2 Лабораторная работа № 2. Управление взаимоотношениями с клиентами – системный подход**

**Цель работы:** изучить основные принципы работы клиентоориентированных систем, ознакомиться с функционалом системы Salesforce.com в контексте управления контактами: научиться регистрировать клиентов, заносить информацию о контактных лицах, работать с планированием мероприятий и т. д.

### **Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе**

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

### **Правила оценки выполнения лабораторных работ**

Оценка по лабораторной работе «Работа с клиентской базой» складывается из трех составляющих:

- предварительная подготовка;
- выполнение практической части работы;
- качество сформулированных выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

### **Задания**

1 Занесите в базу данных клиентов 10 новых компаний.

Для этого выберите пункт **«Организация»** в раскрывающемся списке **«Создать...»** на боковой панели или нажмите кнопку **«Создать»** в разделе **«Недавние организации»** на начальной странице организаций. Если в организации включена поддержка организаций-лиц, укажите тип записи: организация-компания.

2 Введите все необходимые сведения (название, тип (клиент), годовой доход, количество сотрудников, отрасль и т. д.).

Зайдите на вкладку каждой организации (либо зайдите в раздел **«Контакты»** на панели системы) и определите по одному контактному лицу для нее, заполните всю необходимую информацию по каждому из них.

Отметьте, каким образом компании в первый раз получили информацию о Вашей фирме (закладка «Источник интереса»), а также помощника контактного лица, его телефон и т. д. Укажите компанию, для которой данная организация-компания является дочерней, для этого заполните поле «Родительская организация». При необходимости просмотрите иерархию взаимосвязей организации. Поле «Родительская организация» недоступно для организаций-лиц.

Укажите дополнительные филиалы компании, заполнив поле «Местоположение организации». Например, компания Асте.com располагает филиалами в Париже и Лондоне. Создайте две организации по имени Асте.com и заполните поле «Местоположение организации» значениями «Париж» и «Лондон».

3 По завершении нажмите кнопку **«Сохранить»** или **«Сохранить и создать»**, чтобы сохранить текущую организацию и добавить новую.

Далее перечислены **рекомендации по созданию организаций**.

Если включена функция быстрого создания, то новая организация может быть добавлена с помощью раздела **«Быстрое создание»** на боковой панели начальной страницы организаций. Если включена поддержка организаций-лиц, которые используются на вкладке «Организации» по умолчанию, то вместо поля «Имя организации» в разделе «Быстрое создание» будут отображаться поля «Имя» и «Фамилия». Правила проверки не применяются при создании записей с помощью раздела «Быстрое создание».

Если в организации включена поддержка подразделений, то подразделению новой организации автоматически назначается стандартное подразделение текущего пользователя, кроме тех случаев, когда выбрано другое подразделение.

Если в организации включена функция управления территориями, то новые организации могут автоматически назначаться территориям с помощью правил назначения организаций.

4 Просмотр родительских организаций.

Иерархия организаций содержит организации, связанные посредством поля «Родительская организация», благодаря чему пользователи могут получить общее представление о компании и ее филиалах. Данная иерархия предназначена для отображения взаимосвязи между текущими и вышестоящими организациями.

Чтобы просмотреть иерархию организаций, щелкните ссылку **«Просмотр иерархии»** в поле «Имя организации» на странице сведений об организации. Страница «Иерархия организации» может содержать не более 500 дочерних организаций. Столбцы для организаций, которые отображаются на странице «Иерархия организации», но недоступны пользователям, будут пустыми.

Свяжите некоторые организации, для этого нажмите кнопку «Правка» и введите имя текущей организации в поле «Родительская организация». Чтобы найти или создать родительскую организацию, щелкните значок поиска. Данное поле позволяет вводить и сохранять только текущие родительские организации.

При наличии нескольких филиалов рекомендуем использовать поле «Местоположение организации», позволяющее отличить один филиал от другого. Если включена поддержка подразделений, то организации, связанные посредством поля «Родительская организация», могут относиться к разным подразде-

лениям. Организации-лица не поддерживают поле «Родительская организация» и ссылку «**Просмотр иерархии**».

5 Внесите в клиентскую базу три компании со следующими названиями: «Acmes», «Acme, Inc», «Acmes, Inc». Осуществите объединение повторяющихся организаций. Для этого щелкните ссылку «**Объединение организаций**» в разделе «Инструменты» на вкладке «Организации». Чтобы найти повторяющиеся организации, введите критерий поиска. Например, чтобы найти повторяющиеся организации с именами «Acmes» и «Acme, Inc», введите критерий поиска *acme*\*.

Не рекомендуется использовать локальные имена организаций. Нажмите кнопку «**Найти организации**». Установите флажки напротив нужных организаций (не более трех). Нажмите кнопку «**Далее**». Выберите одну организацию в качестве основной записи. Любые данные в скрытых или предназначенных только для чтения полях будут извлекаться из основной записи. Выберите нужные поля в каждой записи. В случае конфликта данных поля в левом столбце выбираются автоматически, а строка выделяется синим цветом. Чтобы завершить объединение, нажмите кнопку «**Объединить**».

#### **Советы по объединению организаций.**

Объединение организаций доступно администратору, ответственному сотруднику или его менеджеру в иерархии ролей, а также пользователю с соответствующими полномочиями.

Объединение двух чужих организаций доступно только при наличии полномочий «Удаление» для организаций и «Редактирование» для возможностей и обращений. Полномочие «Удаление» необходимо для удаления одной из двух организаций, которое выполняется в результате их объединения. Полномочие «Редактирование» необходимо для редактирования возможностей и обращений, связанных с объединяемыми организациями, которое выполняется в результате изменения поля «Имя организации» (AccountID).

Любые связанные элементы из любой повторяющейся организации будут связаны с новой объединенной организацией.

В версиях Professional Edition, Enterprise Edition, Unlimited Edition и Developer Edition правила общего доступа применяются к объединенной организации. Кроме того, объединенная организация использует любой общий доступ, установленный вручную для основной записи.

Все удаленные повторяющиеся записи перемещаются в корзину.

Если флажок «Исключить из правил назначения организаций» снят для обеих объединяемых организаций, имеющих территории, то правила назначения будут определять территории новой организации. А территории, добавленные в исходные организации вручную, будут добавлены в новую организацию также вручную.

Если флажок «Исключить из правил назначения организаций» установлен как минимум для одной объединяемой организации, имеющей территории, то выполняются следующие действия:

- объединенная организация содержит все территории исходных организаций;
- правила назначения организаций не применяются к объединенной организации;

– территория, назначенная одной из исходных организаций на основе правил назначения, отображается как территория, назначенная новой организации на основе правил, даже в том случае, если новая организация не соответствует этим правилам;

– территория, назначенная одной из исходных организаций вручную, назначается новой организации также вручную;

– территория, добавленная в одну организацию вручную, а в другую – на основе правил, добавляется в новую организацию также вручную.

6 Создайте 10 потенциальных компаний-клиентов (вкладка «**Интересы**», «**Создать**»). Заполните соответствующие поля: отрасли (банковское дело, телекоммуникации, страхование, консультирование, финансы, розничная продажа, строительство, гостиничный бизнес, здравоохранение, власть); доход, количество сотрудников (от 50 и выше); источник, с помощью которого компании узнали о Вас (семинары, выставки и интернет), укажите статус – отвечает требованиям, заполните поле рейтинг.

Нажмите кнопку «**Сохранить и создать**».

### **3 Лабораторная работа № 3. Пример – реализация философии CRM**

**Цель работы:** изучить основные принципы управления действиями с использованием функций системы Salesforce.com в процессе взаимоотношений с клиентской базой (создание новых мероприятий, задач и событий).

#### **Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе**

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

#### **Правила оценки выполнения лабораторных работ**

Оценка по лабораторной работе «**Управление действиями**» складывается из трех составляющих:

- предварительная подготовка;
- выполнение практической части работы;
- качество сформулированных выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

#### **Задания**

- 1 Создайте действия по инициализации интереса со стороны клиентов.

2 К **действиям** относятся задачи, календарные события и запрошенные конференции. Действия можно определить и отслеживать для множества различных объектов, включая кампании, организации, контакты и интересы. Новые записи действий (задачи и события) могут быть созданы в следующих местах: на боковой панели, на начальной странице, на странице сведений связанной записи, в представлении календаря, в списковом представлении действий, в списковых представлениях организаций, контактов и интересов.

3 Создайте задачу **«Организация выставки»** (на боковой панели выберите пункт «Задача» из раскрывающегося списка «Создать»), установите крайний срок выполнения – 09.12.2022, выставьте статус «выполняется», отнесите данную задачу к наиболее приоритетным для компании.

4 Отправьте **электронное уведомление** относительно предстоящего мероприятия и сформируйте напоминание (за 1 день до события в 9.00).

5 Система Salesforce позволяет отображать всплывающие напоминания о предстоящих задачах и событиях. Напоминания уведомляют сотрудника о назначенном действии, о предстоящей задаче или событии. При входе назначенного сотрудника в систему Salesforce напоминание отображается в небольшом всплывающем окне обозревателя. Когда пользователь регистрируется в системе, отображаются все напоминания, которые не были отклонены, и напоминания, назначенные на период времени с момента последней регистрации пользователя в системе. При создании или редактировании события или задачи можно установить напоминание для него. По умолчанию напоминание устанавливается на время, указанное в параметрах напоминания.

6 Чтобы установить напоминание для задачи, выполните указанные ниже действия:

- создайте или отредактируйте задачу;
- установите флажок «Напоминание»;
- выберите дату и время для напоминания. Напоминание будет выводиться в это время. Напоминание, устанавливаемое для целой последовательности повторяющихся задач, применяется к каждой отдельной задаче данной последовательности;
- нажмите кнопку «Сохранить».

7 Для реализации запланированной задачи прикрепите файл с описанием предстоящей выставки (файл – Описание выставки.doc).

8 Укажите, что проводить аналогичные мероприятия необходимо ежегодно в феврале 15 числа.

9 Осуществите рассылку по электронной почте рекламных материалов всем потенциальным клиентам.

10 Чтобы отправить сообщение электронной почты интересу выполните указанные далее действия.

Выберите пункт **«Отправить сообщение эл. почты»** в списке **«Журнал действий»** для записи. Щелкните **«Отправить сообщение эл. почты»** или **«Ответить»** в связанном списке обращения **«Электронная почта»**.

Кроме того, адрес отправителя электронного письма может быть выбран в раскрывающемся списке **«От»** для писем, связанных с функцией Email-to-Case

или On-Demand Email-to-Case; а также в том случае, если имя или адрес электронной почты в параметрах электронной почты отличаются от имени или адреса в записи пользователя. При создании исходящего сообщения, связанного с функцией Email-to-Case или On-Demand Email-to-Case, поле «От» автоматически заполняется именем пользователя. При ответе на входящее сообщение в поле «От» автоматически добавляется адрес маршрутизации, на который было отправлено сообщение.

11 Если ранее были указаны какие-либо единые электронные адреса организации, то адреса электронной почты, связанные с профилем пользователя, также отображаются в данном раскрывающемся списке. Единые электронные адреса организации недоступны для пакетной рассылки или запросов об обновлении контактов.

12 Чтобы отменить форматирование HTML и отправить текстовое сообщение, щелкните **«Изменить на текстовый»**. Чтобы включить форматирование HTML или функцию отслеживания сообщения электронной почты, щелкните **«Изменить на HTML»**.

13 Введите имя контакта, интереса или организации-лица в поле «Кому». В поле «Кому» можно ввести только одно имя. Адрес электронной почты может быть выбран для тех контактов и интересов, которые используют несколько полей электронной почты.

14 Добавьте других потенциальных клиентов, которым необходимо дополнительно разослать электронные письма, для этого введите их адреса в поле «Кому (дополнительно)» или выберите ссылку «Кому (дополнительно)», чтобы выбрать адреса из списка. Эти пользователи могут не соответствовать записям в системе Salesforce. Адреса электронной почты можно разделять точками с запятой, запятыми, пробелами или переносом строки.

15 В полях «Копия» и «СК» введите дополнительные адреса или выберите ссылки **«Кому»** и **«СК»**, чтобы выбрать адреса из списка. Адреса электронной почты можно разделять точками с запятой, запятыми, пробелами или переносом строки.

16 Введите тему и текст сообщения или нажмите кнопку **«Выбрать шаблон»**, чтобы выбрать predefined шаблон электронной почты. Выберите папку, а затем шаблон из этой папки (шаблон **Повторное обращение**).

17 В письмо вложите файл с описанием мероприятия, для этого нажмите кнопку **«Вложить файл»**, чтобы добавить вложение. Возможно добавление нескольких файлов. Общий размер всех вложенных файлов не должен превышать 10 Мб.

18 Нажмите кнопку **«Отправить»**.

19 Если адрес электронной почты получателя отсутствует, то система Salesforce предлагает указать этот адрес. Нажмите одну из следующих кнопок:

– **«Сохранить адрес»**, чтобы добавить адрес электронной почты в запись без отправки сообщения электронной почты;

– **«Сохранить адрес и отправить»**, чтобы добавить адрес электронной почты в запись и отправить сообщение электронной почты.

20 Осуществите пакетную отправку материалов по электронной почте.

21 Чтобы выполнить пакетную отправку электронной почты контактам, щелкните ссылку **«Пакетная электронная рассылка контактов»** в разделе

«Инструменты», который расположен в нижней части вкладки «Контакты» или «Обращения».

22 Выберите нужное списковое представление получателей и нажмите кнопку «**Начать**». По умолчанию представления «Мои контакты», «Мои интересы», «Активные пользователи» и «Мои обращения» содержат все записи соответствующего типа, имеющие адреса электронной почты. Чтобы задать другой список получателей, создайте новое настраиваемое представление.

23 Контакты, интересы или организации-лица, у которых установлен флажок в поле «Без рассылки по эл. почте» или вообще не имеющие адреса электронной почты, не включаются ни в одно представление. Организации-лица включаются в представления списков контактов.

24 По умолчанию в представлении отмечены все получатели. Чтобы отменить пакетную электронную рассылку для конкретных пользователей, снимите флажки рядом с их именами. Чтобы выбрать или отменить выбор всех пользователей, перечисленных на странице, установите или снимите флажок вверху списка.

25 Нажмите кнопку «**Далее**».

26 Выберите шаблон сообщения электронной почты (**Ответ с решением по обращению**). При необходимости можно просмотреть шаблон, щелкнув по ссылке «**Предварительный просмотр**». В окне предварительного просмотра отображается шаблон со всеми добавленными полями слияния, например, {!Account.AccountNumber}. При отправке электронной почты на место полей слияния будут вставлены данные из записей получателей или другой подходящий текст замены.

27 Нажмите кнопку «**Далее**». На странице подтверждения укажите необходимые параметры обработки:

- «Отправить мне скрытую копию одного сообщения»;
- «Сохранять действие для каждого сообщения».

28 В журнале действий создается связанная с контактом, интересом или организацией-лицом запись, которая отображается как «Пакетная электронная рассылка:<описание\_шаблона>». Тема, текст сообщения и вложения не сохраняются в журнале действий. Для сохранения списка записей в журнале действий требуются полномочия для просмотра или редактирования записей в списке получателей, а также разрешение «Редактировать задачи», «Использовать мою подпись».

При необходимости добавьте в сообщение свою электронную подпись. Данный параметр применим только для текстовых электронных писем.

29 «Имя пакетной электронной рассылки».

30 Нажмите кнопку «**Отправить**», чтобы начать пакетную рассылку.

31 Нажмите кнопку «**Готово**», чтобы закрыть мастер пакетной рассылки.

32 Запланируйте вебинар для всех клиентов телекоммуникационной отрасли в форме события (нажмите кнопку «**Создать событие**» на боковой панели) на 15.12.202\_ (окончание – 15.12.202\_). Создайте напоминание о событии 12.12.202\_ в 8.00. Пригласите поучаствовать в нем всех своих клиентов. Для этого нажмите кнопку «**Добавить приглашенных**» в разделе «Пригласить других пользователей». Во всплывающем окне произведите поиск приглашаемых следующим образом: выберите в раскрывающемся списке соответствующий



тип приглашаемого: пользователи, интересы, контакты или ресурсы (в нашем случае – пользователи, интересы и контакты). Нажмите кнопку **«Начать»**. В области «Результаты поиска» установите флажки для тех пользователей, которых необходимо пригласить, и нажмите кнопку **«Вставить выбранное»**. Чтобы добавить выбранных пользователей к событию, нажмите кнопку **«Готово»**.

33 Просмотрите календарь каждого приглашенного и скорректируйте дату и время события, если необходимо. Занятость приглашенных обозначается в их календарях следующими цветами: синий цвет означает «занят», лиловый – «отсутствует на рабочем месте». Если у приглашенного назначено несколько событий на одно время, все они будут показаны в календаре. Чтобы просмотреть сведения о событии, наведите указатель мыши на это событие в календаре.

34 Нажмите кнопку **«Сохранить и отправить приглашение»**. Приглашенные интересы, контакты и организации-лица получают сообщение электронной почты, содержащее ссылку на веб-страницу, которая позволяет принять или отклонить приглашение на одно событие или на последовательность событий. Кроме того, пользователю отправляется резюме события по электронной почте. Если приглашенный ресурс доступен в обозначенное время, он примет приглашение автоматически. Ресурсу не может быть отправлено повторное приглашение.

#### **4 Лабораторная работа № 4. Каналы связи с клиентами как один из элементов построения долгосрочных отношений**

**Цель работы:** изучить основные принципы управления продажами с использованием функций системы Salesforce.com.

##### **Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе**

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

##### **Правила оценки выполнения лабораторных работ**

Оценка по лабораторной работе **«Управление продажами»** складывается из трех составляющих:

- предварительная подготовка;
- выполнение практической части работы;
- качество сформулированных выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

## Задания

1 После рассылки рекламных материалов и проведения вебинара несколько клиентов согласились заключить с Вашей компанией контракт – осуществите все необходимые для этого действия. Для этого выберите пункт **«Контракт»** в раскрывающемся списке **«Создать...»** на боковой панели или нажмите кнопку **«Создать»** в разделе **«Недавние контракты»** на начальной странице контрактов. Чтобы связать новый контракт с организацией, укажите значение в поле **«Имя организации»** или откройте страницу сведений о нужной организации и нажмите кнопку **«Создать»** в связанном списке **«Контракты»**.

2 Выберите статус контракта (черновик).

3 Укажите дату начала контракта (сегодняшний день).

4 Укажите срок контракта в месяцах (24 месяца).

5 Заполните остальные поля (контактное лицо организации, от имени которого подписывается контракт с организацией, дату подписи – сегодняшний день).

6 Нажмите кнопку **«Сохранить»**.

Контракт будет добавлен в связанный список организации **«Контракты»**.

7 После создания контракта необходимо его утвердить. Текущая организация поддерживает функцию утверждения контрактов. Например, для каждой группы может быть выбран сотрудник, ответственный за утверждение контрактов. Прежде чем настроить систему Salesforce, необходимо определить жизненный цикл контракта в организации. В качестве примера рекомендуем использовать стандартный процесс утверждения контрактов, описанный далее.

Пользователь создает контракт. Этот пользователь должен иметь разрешение **«Редактирование»** для контрактов. Всем новым контрактам присваивается статус **Draft** (**«Черновик»**).

Ответственный сотрудник отправляет запрос на утверждение контракта руководителю группы. Значение статуса контракта меняется на **In Approval Process** (**«В процессе утверждения»**).

Руководитель группы принимает или отклоняет запрос на утверждение контракта. В случае отклонения запроса ответственный сотрудник может внести изменения в контракт и отправить повторный запрос на утверждение. Как для принятых, так и для отклоненных запросов отображается тот же статус **In Approval Process** (**«В процессе утверждения»**).

В случае утверждения запроса администратор контракта активирует соответствующий контракт. Активировать контракты могут пользователи с полномочием **«Активация контрактов»**. Значение статуса активированного контракта меняется на **Activated** (**«Активировано»**), а сам контракт становится доступным только для чтения. Активированные контракты не могут быть изменены. Контракт со статусом **Activated** (**«Активировано»**) может быть удален только пользователями с полномочием **«Удаление активированных контрактов»**.

### Отправка запросов на утверждение.

Чтобы отправить запрос на утверждение контракта, выполните указанные действия:

- выберите контракт;
- нажмите кнопку **«Создать»** в связанном списке **«Запросы на утверждение»**;

– выберите сотрудника, которому должен быть отправлен запрос (в данном случае имеется в виду активный пользователь системы);

– введите любые комментарии к запросу.

8 Нажмите кнопку **«Сохранить»**. Система Salesforce отправляет электронный запрос на утверждение выбранному получателю. Чтобы просмотреть контракт, необходимо выбрать ссылку, добавленную в сообщение электронной почты. Чтобы принять контракт, необходимо нажать кнопку **«Утвердить»**. Чтобы отклонить контракт, следует нажать кнопку **«Отклонить»**. Все запросы на утверждение отслеживаются в связанном списке «Запросы на утверждение».

9 Создайте продукты, которые Ваша компания предлагает своим клиентам, и свяжите их с соответствующими прайс-листами в системе Salesforce.

**Продукты** – это отдельные продаваемые элементы в возможностях и сметах. Каждый продукт может находиться в нескольких различных прайс-листах под различными ценами. Продукт, указанный в прайс-листе, и связанная с ним цена называются записью прайс-листа. Продукты для записи перечислены в связанном списке «Продукты» на странице сведений о возможности и списке «Элементы строки сметы» на странице сведений о смете. Эти связанные списки могут использоваться для связывания прайс-листов с возможностями или сметами, добавления или редактирования продуктов, а также создания или редактирования расписаний для продуктов возможности.

**Прайс-листы** содержат продукты и связанные с ними цены. Каждый продукт вместе с ценой является записью прайс-листа. Можно использовать стандартный прайс-лист или создавать настраиваемые прайс-листы. Стандартный прайс-лист, создаваемый автоматически, содержит основной список всех продуктов и стандартных цен, независимый от настраиваемых прайс-листов, в которых они содержатся.

Чтобы добавить новые продукты, выполните указанные действия:

– выберите пункт **«Продукт»** в раскрывающемся списке «Создать...» на боковой панели или нажмите кнопку **«Создать»** в связанном списке **«Недавние продукты»** на начальной странице продуктов;

– введите имя продукта (создайте пять продуктов: Salesforce, MS Dynamics CRM, 1С:CRM, Oracle Siebel CRM, SAP CRM);

– введите дополнительные сведения о продукте – кратко приведите характеристику каждого продукта;

– нажмите кнопку **«Сохранить и добавить цену»**, чтобы сохранить продукт и ввести стандартную цену. Для того, чтобы данная цена стала доступна для продуктов, добавленных в возможности, сметы или другие настраиваемые прайс-листы, установите флажок **«Активно»**.

10 Добавьте созданные продукты в прайс-лист, возможность и смету.

Чтобы выбрать прайс-лист для добавления продукта, нажмите кнопку **«Добавить в прайс-лист»** в связанном списке «Прайс-листы» на странице сведений о продукте. Данная кнопка доступна только в том случае, если продукту назначена стандартная цена.

Предварительно создайте новый прайс-лист. Для этого зайдите на вкладку **Продукты > Управление прайс-листами**, нажмите кнопку **Создать**, напиши-

те имя прайс-листа (**CRM**). Выберите созданные ранее продукты и добавьте их в прайс-лист.

С помощью специальных шаблонов создайте новую смету – для этого последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Настроить»** > **«Сметы»** > **«Шаблоны»**. Нажмите кнопку **«Создать»** и выберите готовый шаблон (например, «Стандартный шаблон»), который будет использоваться для создания нового шаблона. Введите имя нового шаблона (Смета 1). В редакторе шаблонов перетащите нужные элементы, а затем добавьте необходимые сведения. Чтобы добавить:

- поля сметы или поля связанных объектов, перетащите компонент «Раздел» и добавьте в него поля;

- текст, доступный для редактирования и форматирования (например, сроки и условия), перетащите компонент «Поле текста или изображения»;


- изображение (например, логотип компании), перетащите компонент «Поле текста или изображения»;

- таблицу полей сметы или полей другого объекта (например, элемента строки сметы), воспользуйтесь компонентом «Список».

#### **Структура редактора шаблонов сметы.**

Редактор шаблонов состоит из двух частей: палитра (вверху) и макет шаблона (внизу).

Палитра содержит элементы, которые могут быть добавлены в макет (например, списки и разделы), а также поля, которые могут быть добавлены в разделы.

Чтобы развернуть или свернуть палитру, щелкните значок , расположенный под палитрой.

В левом столбце выберите объект для отображения его полей на палитре.

Чтобы быстро найти на палитре нужные элементы, воспользуйтесь полем «Быстрый поиск».

#### **Работа с редактором шаблонов сметы.**

Чтобы добавить элемент в шаблон, перетащите нужный элемент из палитры в макет. Чтобы добавить или изменить порядок отображения полей сметы, воспользуйтесь разделом. Чтобы создать таблицу, содержащую поля другого объекта (например, элемента строки сметы), воспользуйтесь списком. Компонент «Поле текста или изображения» позволяет добавлять текст или загружать изображение, например, логотип компании.

Чтобы выбрать несколько отдельных полей, воспользуйтесь комбинацией CTRL + щелчок. Чтобы выбрать несколько смежных полей, воспользуйтесь комбинацией SHIFT + щелчок.

Чтобы удалить элемент из макета, перетащите нужный элемент на палитру или наведите указатель мыши на его заголовок и щелкните значок.

Чтобы заголовок не отображался в шаблоне или документе в формате PDF, установите флажок «Скрыть заголовок» при перетаскивании раздела.

В любом разделе (включая верхний и нижний колонтитулы) можно изменить количество столбцов и способ выравнивания полей, а также скрыть или отобразить метки полей. Щелкните значок и внесите необходимые изменения.

Чтобы отменить или повторить действие, щелкните «Отменить» или «Повторить» соответственно.

Чтобы изменить свойства любого компонента макета, дважды щелкните его заголовок.

Чтобы переименовать шаблон, щелкните «Свойства шаблона сметы».

Для предварительного просмотра шаблона нажмите кнопку «Сохранить и открыть предварительный просмотр».

Чтобы сохранить изменения и продолжить редактирование шаблона, щелкните «Быстрое сохранение».

Чтобы сохранить изменения и завершить редактирование шаблона, нажмите кнопку «Сохранить». Прежде чем закрыть шаблон, нажмите кнопку «Сохранить». Откройте страницу «Шаблоны сметы» и щелкните ссылку «Активировать».

11 Чтобы выбрать продукт для добавления в возможность, нажмите кнопку «Добавить продукт» в связанном списке «Продукты» на странице сведений о возможности. Чтобы выбрать продукт для добавления в смету, нажмите кнопку «Добавить элемент строки» в связанном списке «Элементы строки сметы» на странице сведений о смете. Просмотрите прайс-лист и распечатайте его.

12 Создайте стандартное расписание доходов (рисунок 3). На начальной странице продуктов выберите продукт. Нажмите кнопку «Правка» справа от надписи «Сведения о продукте». Задайте параметры расписания:

- тип – разделить сумму на несколько выплат;
- период выплаты – ежемесячно;
- количество выплат – 12.

Нажмите кнопку «Сохранить».

Поле	Описание
Тип расписания	Укажите, будут ли доходы от реализации продукта и объемы продукции разделены на несколько выплат либо повторены для каждой выплаты.
Период выплаты	Укажите период выплат (еженедельно, ежемесячно и т. п.).
Количество выплат	Количество выплат в расписании.

Рисунок 3 – Параметры расписания

Следующие примеры иллюстрируют несколько распространенных вариантов использования стандартных расписаний.

**Только стандартное расписание доходов.** Ваша компания (поставщик услуг аренды приложений) продает годовые лицензии на продукты по цене 1200 р. за одну лицензию в год. Когда заказчик покупает лицензии, все лицензии ему предоставляются сразу, при этом доход Вы будете получать ежемесячно. В этом случае в расписании доходов необходимо установить следующие

значения: «Тип расписания доходов» – «Разделить», «Период выплат прибыли» – «Ежемесячно», «Число выплат прибыли» – 12. При использовании этого стандартного расписания доходов агент по продажам продает (на основе возможности) 15 марта 200 лицензий по цене 1200 р. за одну лицензию в год. Все 200 лицензий «отгружаются» 15 марта. Общий годовой доход для продукта составляет 240 000 р. (200 лицензий, умноженные на 1200 р. за каждую в год). Расписание доходов автоматически разделит суммарный доход на ежемесячные выплаты по 20 000 р. 15 числа каждого месяца в течение года.

**Только стандартное расписание объемов продукции.** Ваша компания (поставщик медицинского оборудования) продает языкодержатели по 10 р. за одну упаковку. Как правило, у Вас заключены годовые контракты с медицинскими учреждениями на ежемесячную поставку упаковок с продуктом. В этом случае в расписании объемов продукции необходимо установить следующие значения: «Тип расписания объемов продукции» – «Повторять», «Период выплаты по количеству» – «Ежемесячно», «Число выплат по количеству» – 12.

При использовании этого стандартного расписания объемов продукции агент по продажам продает (на основе возможности) 1 января 1000 упаковок продукта. Расписание объемов автоматически создаст 12 ежемесячных выплат по количеству (по 1000 упаковок каждая) с общим объемом реализации 12 000 упаковок. Суммарный доход от использования этой возможности подсчитывается на основе цены за единицу и общего количества и составляет на 1 января 120 000 р.

**Стандартные расписания объемов продукции и доходов.** Ваша производственная компания продает изделия по 10 рублей за штуку. В такой ситуации, как правило, заключаются годовые контракты на еженедельную поставку изделий.

При этом заказчики рассчитываются за продукцию ежеквартально. В этом случае в расписании объемов продукции необходимо установить следующие значения: «Тип расписания объемов продукции» – «Повторять», «Период выплаты по количеству» – «Еженедельно», «Число выплат по количеству» – 52. А также в расписании доходов установить следующие значения: «Тип расписания доходов» – «Разделить», «Период выплат прибыли» – «Ежеквартально», «Число выплат прибыли» – 4.

Используя эти стандартные расписания объемов продукции, агент по продажам продает (на основе возможности) 2000 изделий 1 января. Расписание объемов продукции применяется первым и планирует отгрузку 2000 изделий каждую неделю в течение года. При этом общий объем продукции составит 104 000 изделий. Суммарный доход рассчитывается на основе цены за единицу и общего количества изделий. Полученный суммарный доход (1 040 000 р.) делится затем на квартальные выплаты по 260 000 р. каждая.

13 После подписания контракта необходимо сформировать итоговую смету. Чтобы включить сметы для организации, выполните указанные действия:

- последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > «**Настройка**» > «**Настроить**» > «**Сметы**» > «**Параметры**»;
- выберите параметр «Включить сметы»;
- нажмите кнопку «**Сохранить**»;

- выберите параметр «Макет возможности» для отображения связанного списка «Сметы» в стандартном макете страницы возможностей;
- дополнительно выберите параметр «Добавить к настройке личного связанного списка пользователей», чтобы добавить связанный список «Сметы» во все макеты страницы возможностей, настроенные пользователями;
- для завершения нажмите кнопку «Сохранить».

## **5 Лабораторная работа № 5. Алгоритм работы с жалобой. Создание единой системы работы с жалобами**

**Цель работы:** изучить возможности системы Salesforce.com, связанные с управлением маркетинговыми кампаниями организации, а также аналитические функции по формированию отчетов по различным параметрам.

### **Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе**

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

### **Правила оценки выполнения лабораторных работ**

Оценка по лабораторной работе «Алгоритм работы с жалобой. Создание единой системы работы с жалобами» складывается из трех составляющих: предварительная подготовка; выполнение практической части работы; качество сформулированных выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

### **Задания**

**Кампания** – это внешний маркетинговый проект, планирование, контроль и отслеживание которого выполняется в Salesforce. К кампаниям относятся прямые почтовые рассылки, семинары, печатная реклама, электронные рассылки и любые другие маркетинговые проекты. Кампании могут быть организованы в иерархии с целью более удобного анализа связанных маркетинговых тактик.

Вкладка «Кампании» представляет собой начальную страницу для быстрого поиска и запуска отчетов по кампаниям. Стандартные и настраиваемые списковые представления позволяют выполнять сортировку и фильтрацию. При выборе вкладки «Кампании» отображается начальная страница кампаний. Начальная страница кампаний доступна всем пользователям.

1 Создайте новую кампанию (семинар на тему «Обзор функциональных возможностей Salesforce.com»), для этого нажмите кнопку «Создать» в разделе «Недавние кампании». Создайте описание данного мероприятия: на данном семинаре будут продемонстрированы основные функции клиентоориентированной системы по управлению взаимодействием с покупателями: создание единой базы данных, управлении временем, аналитика, маркетинг, прогнозирование и т. д.

2 Определите статус мероприятия как «запланировано». Укажите основные параметры планируемой маркетинговой кампании: даты начала и окончания (сегодняшний день и послезавтрашний день), плановые и фактические затраты в размере 2000 долл. Отметьте ожидаемый ответ со стороны потенциальных клиентов (50 %).

3 Добавьте участников данного семинара, используя возможности системы (нажмите «Управление участниками»). Из всех интересов выберите тех, которые соответствуют параметрам (отрасль: телекоммуникации, строительство, банковское дело; годовой доход больше или равен 1 000 000; количество сотрудников: больше или равно 50).

4 Свяжите созданную маркетинговую кампанию с другой посредством иерархии кампаний.

*Иерархия кампаний* – это надежное средство классификации, которое позволяет анализировать и создавать отчеты о состоянии связанных кампаний. Пользователи могут группировать кампании в рамках конкретной маркетинговой программы или проекта путем связывания кампаний посредством взаимосвязи поиска. Иерархия может содержать не более пяти уровней. Для каждой кампании может существовать только одна родительская кампания и неограниченное количество одноуровневых кампаний. По умолчанию связанный список «Иерархия кампаний» отображается на странице сведений о кампании, но не содержит записей до тех пор, пока для организации не будут настроены иерархии кампаний.

5 Чтобы настроить иерархии кампаний, добавьте в макет страницы кампании поле «Родительская кампания» и включите поддержку полей статистики.

Далее перечислены поля иерархии кампаний:

- итого число отправленных в иерархии;
- итого ожидаемый доход в иерархии;
- итого сметная стоимость в иерархии;
- итого фактическая стоимость в иерархии;
- итого интересов в иерархии;
- итого преобразованных интересов в иерархии;
- итого контактов в иерархии;
- итого возможностей в иерархии;
- итого реализованных возможностей в иерархии;
- итого ценность реализованных возможностей в иерархии;
- итого ценность возможностей в иерархии;
- итого ответов в иерархии.



6 После настройки иерархий можно создайте и назначьте родительские кампании с помощью поля «Родительская кампания», а также просмотрите сведения об иерархии на странице «Иерархия кампаний» или в связанном списке «Иерархия кампаний».

#### **Аналитика.**

Система Salesforce поддерживает разнообразные аналитические средства, предназначенные для просмотра и анализа данных. Аналитика Salesforce состоит из нескольких компонентов.

#### **Типы отчетов.**

*Тип отчета* определяет набор записей и полей, доступных в отчете, исходя из взаимосвязей между основным и связанными с ним объектами. В отчетах отображаются только те записи, которые соответствуют критериям, заданным в типе отчета. Система Salesforce поддерживает целый ряд предопределенных типов стандартных отчетов, на основе которых администраторы могут создавать собственные типы настраиваемых отчетов. Например, администратор может создать тип отчета, при котором отображаются только заявки о приеме на работу, содержащие резюме; тогда как заявки без резюме в отчетах такого типа отображаться не будут. Также администратор может задать отображение записей, для которых *возможно* наличие связанных записей, например, заявки с резюме или без него. В этом случае все заявки, независимо от наличия резюме, будут отображаться в отчетах такого типа.

#### **Отчеты.**

*Отчет* – это набор записей, соответствующих заданным критериям и отображающихся в виде упорядоченных строк и столбцов. Данные отчета могут быть отфильтрованы, сгруппированы и представлены в виде диаграммы. Отчеты хранятся в папках, доступных определенному кругу пользователей.

#### **Панели мониторинга.**

Доступ к *панелям мониторинга* контролируется администраторами путем их сохранения в папках с определенным уровнем доступности. Папки панелей мониторинга могут быть общедоступными, скрытыми или доступными только для использования конкретными группами, ролями или территориями. Панели мониторинга, хранящиеся в папке, могут быть просмотрены при наличии доступа к самой папке.

Каждой панели мониторинга назначается *текущий пользователь*, параметры безопасности которого определяют данные, доступные для отображения. Если в качестве текущего пользователя указан конкретный пользователь, то всем пользователям, просматривающим панель мониторинга, отображаются те данные, которые разрешены параметрами безопасности этого пользователя, независимо от их личных настроек безопасности. Для динамических панелей мониторинга в качестве текущего пользователя может быть выбран пользователь, выполнивший вход в систему. В этом случае данные, отображаемые на панели мониторинга, будут зависеть от уровня доступа каждого конкретного пользователя.

#### **Папки.**

*Папка* – это область для хранения документов, панелей мониторинга, отчетов или шаблонов электронной почты.

Папки могут быть личными, общедоступными и скрытыми. Кроме того, для них может быть выбран уровень доступа: только для чтения или для чтения и записи. Для определения пользователей, имеющих доступ к содержимому папок, можно использовать роли, полномочия, общедоступные группы и типы лицензий. Доступ к папке может быть предоставлен всем пользователям организации или только ответственному за нее сотруднику.

#### **Аналитические снимки.**

Аналитический снимок – это средство составления отчетов по архивным данным. Авторизованные пользователи могут сохранять результаты табличных или сводных отчетов в полях настраиваемого объекта, а затем соотносить эти поля с соответствующими полями целевого объекта. Также они могут запланировать время выполнения отчета для загрузки данных отчета в поля настраиваемого объекта. Аналитические снимки позволяют работать с данными отчетов так же, как с другими записями Salesforce.

Например, руководитель службы поддержки клиентов может настроить аналитический снимок, который будет ежедневно в 17:00 составлять отчеты по открытым обращениям, назначенным ему лично или его подчиненным, и сохранять эти данные в настраиваемый объект для создания журнала открытых обращений, который будет использоваться в отчетах для отслеживания текущих тенденций. Также он может создавать отчеты по данным на конкретный момент времени или по данным тенденций, сохраненным в настраиваемом объекте, и использовать эти отчеты в качестве источника для компонента панели мониторинга.

#### **Просмотр и запуск отчетов.**

Вкладка «Отчеты» позволяет создавать, просматривать, находить и редактировать отчеты и панели мониторинга. Кроме того, данная вкладка позволяет создавать и редактировать папки отчетов и панелей мониторинга.

Далее перечислены действия, доступные на вкладке «Отчеты».

Просмотрите список недавно просмотренных отчетов и панелей мониторинга. Чтобы найти нужный отчет или панель мониторинга, воспользуйтесь полем поиска. Чтобы уточнить результаты поиска, воспользуйтесь фильтрами или выберите нужную папку.

Щелкните ссылку «**Перейти к списку панелей мониторинга**» на вкладке «Панели мониторинга». Папка, содержащая данную панель мониторинга, откроется на вкладке «Отчеты».

Чтобы переместить отчеты или панели мониторинга в другие папки, перетащите их из спискового представления на панель «Папки».

Чтобы запустить отчет, щелкните имя нужного отчета. Чтобы просмотреть панель мониторинга, щелкните имя нужной панели мониторинга.

Чтобы создать, изменить или удалить папку отчетов или панелей мониторинга, воспользуйтесь панелью «Папки». Добавленные папки отображаются в алфавитном порядке.

Добавьте новый отчет или панель мониторинга.

Чтобы изменить отчет или панель мониторинга, щелкните значок .

Удалите отчет на странице 3084 или панель мониторинга либо выполните экспорт данных отчета.

Настройте списковое представление. Измените размер, порядок отображения или сортировки столбцов, скройте столбцы или выберите количество элементов для отображения в списковом представлении.

Запланируйте выполнение отчетов и обновление панелей мониторинга. Запланированные отчеты и панели мониторинга отображаются со значком ✓

в столбце .

Порядок выполнения задания.

1 Создайте новый отчет по **Компаниям и контактам**. Выберите матричный формат представления отчета. Добавьте дополнительные поля в отчет: отдел, источник интереса, отрасль, тип, годовой доход. Назовите отчет (Отчет по клиентам компании). Постройте диаграмму по отраслевому распределению организаций. Экспортируйте отчет в формате Excel.

2 При просмотре отчета нажмите кнопку «**Запустить отчет**», чтобы запустить отчет прямо сейчас. Запланируйте отчет на будущее. Для этого щелкните имя нужного отчета на вкладке Отчеты».

3 Затем нажмите раскрывающуюся кнопку «**Запустить отчет**» и выберите значение «**Запланировать будущие запуски...**». При создании отчета планирование доступно только после выбора имени отчета и папки для его хранения.

4 Введите имя нужного пользователя в поле «**Текущий пользователь**» на странице «Запланировать отчет». Уровень доступа текущего пользователя определяет данные, отображаемые другим пользователям, включая пользователей портала, при получении результатов выполнения запланированного отчета. Другой текущий пользователь может быть выбран только при наличии полномочия «Просмотр всех данных».

5 Установите нужный переключатель (рисунок 4).

Переключатель	Значение
Мне	Отправка отчета на собственный адрес электронной почты, указанный в профиле пользователя
Мне и другим пользователям...	Отправка отчета дополнительным пользователям

Рисунок 4 – Установка переключателя

Отчеты могут быть отправлены только на адреса электронной почты, указанные в записях пользователей Salesforce. Отчеты, полученные пользователями портала по электронной почте, отображают данные, доступные текущему пользователю, выбранному в расписании отчета. При наличии конфиденциальной информации пользователь портала должен быть выбран в качестве текущего пользователя для планируемого отчета.

6 Выберите частоту, продолжительность и время выполнения отчета.

7 Установите переключатель «Ежедневно», «Еженедельно» или «Ежемесячно» в поле «Частота», а затем уточните критерии частоты (ежемесячно 1-го числа).

8 Чтобы задать продолжительность расписания, выберите нужные даты в полях «Начать» и «Завершить» (1.11.2021 и 1.12.2021).

9 Чтобы выбрать нужное время начала, щелкните ссылку **«Найти доступные варианты...»** напротив поля «Предпочтительное время начала». Предпочтительное время начала доступно только в том случае, если оно не было выбрано другими пользователями.

10 Нажмите кнопку **«Сохранить расписание отчета»**. При необходимости установите следующие переключатели (рисунок 5).

Переключатель	Значение
Сохранить изменения отчета к данному расписанию	Сохранение расписания отчета и изменений, внесенных в отчет
Отменить изменения отчета	Сохранение расписания отчета. Изменения, внесенные в отчет, отменяются

Рисунок 5 – Установка переключателей для сохранения отчета

Имя отчета, доступное в сообщении электронной почты, позволяет получателям отчета выполнять вход в систему Salesforce и просматривать отчет напрямую.

11 Создайте новую панель мониторинга.

*Панель мониторинга* – это средство отображения данных исходного отчета в виде визуальных компонентов, таких как диаграммы, шкалы, таблицы, показатели или страницы Visualforce. Компоненты представляют собой моментальные снимки ключевых показателей и индикаторов эффективности организации.

*Конструктор панелей мониторинга* – это графический интерфейс для создания и редактирования панелей мониторинга. Конструктор позволяет настраивать всю панель мониторинга, а также ее отдельные столбцы и компоненты.

Чтобы добавить новую панель мониторинга, нажмите кнопку **«Создать панель мониторинга»**. Добавьте таблицу, вертикальную диаграмму и шкалу на панель. Добавьте источники данных: интересы по источникам (вертикальная диаграмма), таблица (количество контактов), организации-лидеры (шкала).

Чтобы изменить свойства панели мониторинга, выполните указанные действия.

1 Щелкните ссылку **«Правка»** напротив нужной панели мониторинга.

2 Чтобы добавить описание, щелкните текстовое поле в верхней части панели мониторинга.

3 Задайте ключевые свойства панели мониторинга:

- нажмите кнопку **«Свойства панели мониторинга»**;
- введите заголовок панели мониторинга;
- при наличии полномочия «Настройка приложения» введите уникальное имя, которое будет использоваться в API и управляемых пакетах;
- выберите папку для хранения панели мониторинга. Данная папка должна быть доступна всем соответствующим пользователям;

- выберите цвет и размер заголовка, цвет текста и направление изменения фона на вкладке «Параметры компонента»;

- нажмите кнопку «Сохранить».

4 При необходимости измените порядок отображения столбцов на панели мониторинга.

Чтобы добавить новый столбец, щелкните значок **+**. Панели мониторинга могут содержать не более трех столбцов.

Чтобы удалить столбец, щелкните значок **×**. Панели мониторинга должны содержать не менее двух столбцов. Прежде чем удалить столбец, перенесите его компоненты в другой столбец. В противном случае они могут быть недоступны.

Чтобы настроить ширину столбца, выберите значение «Узкий», «Средний» или «Широкий» в раскрывающемся списке.

5 Задайте текущего пользователя панели мониторинга.

6 Сохраните панель мониторинга.

## **6 Лабораторная работа № 6. Формирование плана корректирующих действий по работе с недовольным клиентом**

**Цель работы:** изучить раздел «Идеи» системы Salesforce.com, в рамках которого пользователи публикуют свои предложения относительно того или иного мероприятия, голосуют за них, предоставляют отзывы по продуктам и предлагают новые функции.

### **Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе**

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

### **Правила оценки выполнения лабораторных работ**

Оценка по лабораторной работе «Сообщество «Идеи» складывается из трех составляющих:

- предварительная подготовка;
- выполнение практической части работы;
- качество сформулированных выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

## Задания

«Идеи» – это сообщество пользователей, публикующих идеи, голосующих за них и размещающих комментарии к идеям. Данное сообщество является неким интерактивным банком идей, содержащим цепочки обсуждений и рейтинги популярности по каждой теме.

1 Создайте новую идею, которая заключается в применении методов интеллектуального анализа данных для сегментации клиентской базы данных с целью выстраивания индивидуальных взаимоотношений с каждой группой. Для этого нажмите кнопку «Создать идею» в списковом представлении «Идеи», выберите нужное сообщество (Internal Community) и нажмите кнопку «Продолжить». Либо выберите пункт «Идея» в раскрывающемся списке «Создать...» на боковой панели, выберите нужное сообщество и нажмите кнопку «Продолжить».

2 При публикации идеи в пространство идей выберите нужное пространство идей из списка. Идеи могут быть опубликованы только в те пространства идей, которые доступны в собственном сообществе. Введите заголовок идеи (не более 255 символов). Заголовок идеи: Сегментация клиентской базы.

3 После ввода заголовка система Salesforce выполняет автоматический поиск похожих идей и отображает первые пять совпадений. Чтобы открыть страницу сведений о похожей идее в новом окне, щелкните заголовок нужной идеи. Страница сведений содержит описание идеи и позволяет принять участие в голосовании (взамен публикации повторяющейся идеи в сообществе). Чтобы опубликовать собственную уникальную идею в случае отсутствия похожих идей, выполните указанные далее действия.

4 Введите описание идеи в поле «Описание»: для выделения устойчивых и похожих групп среди базы покупателей и для выстраивания эффективной политики сотрудничества с учетом особенностей каждой группы клиентов можно использовать технологию интеллектуального анализа данных (Data Mining). В качестве инструмента можно применить самоорганизующиеся карты Кохонена.

5 Если в организации включен HTML-редактор для сообщества «Идеи», то описание может содержать код HTML и опорные интерактивные изображения. Если HTML-редактор отключен, рекомендуется использовать только обычный текст. Выберите как минимум одну категорию.

6 При необходимости выберите статус идеи (доступно только администраторам). Раскрывающийся список «Статус» доступен только администраторам.

7 Нажмите кнопку «Опубликовать». Новая идея добавляется на вложенную вкладку «Недавние идеи», а ее рейтинг автоматически повышается на 10 очков. Каждый голос соответствует 10 очкам.

8 Оставьте два комментария к данной идее. Чтобы добавить комментарии к идеям, доступные другим участникам сообщества, выполните указанные ниже действия:

- выберите нужную идею на вкладке «Идеи»;
- щелкните заголовок идеи или ссылку «Комментарии», расположенную под описанием идеи;

- введите комментарий в текстовое поле раздела «Добавить комментарий» на странице сведений об идее. Разрешается использовать не более 4 000 символов;

- чтобы отправить комментарий, нажмите кнопку «**Опубликовать**».

Новый комментарий добавляется в связанный список «Комментарии» на странице сведений об идее. Один из комментариев удалите.

9 Создайте еще одну идею с похожим содержанием (повторяющуюся идею). Повторяющиеся идеи препятствуют быстрому просмотру отзывов ввиду публикации комментариев и голосов в разных похожих идеях. Оптимальным решением данной проблемы является объединение повторяющихся идей, при котором одна идея становится основной, а остальные похожие идеи становятся дочерними.

10 Объедините две созданные идеи, для этого выполните указанные действия:

- щелкните заголовок нужной идеи на вкладке «Идеи»;

- нажмите кнопку «**Найти повторы**» на странице сведений об идее. Система Salesforce обработает все идеи, доступные в сообществе, и отобразит пять идей, заголовки которых соответствуют заголовку текущей идеи;

- если список «Возможные повторы» не содержит нужных идей, введите ключевые слова в поле «Поиск повторов» и нажмите кнопку «**Поиск**». Система Salesforce отобразит новый список возможных повторов;

- выберите нужные идеи в списке «Возможные повторы». Чтобы просмотреть сведения о возможном повторе, щелкните заголовок нужной идеи. Чтобы вернуться к результатам поиска, нажмите кнопку обозревателя «Назад»;

- нажмите кнопку «**Объединить с текущей идеей**»;

- выберите основную идею и нажмите кнопку «**Объединить**»;

- чтобы завершить объединение, нажмите кнопку «**ОК**».

Далее перечислены термины, используемые в сообществе «Идеи»;

### **Категория, идеи.**

Категории – это значения, определяемые администратором, которые помогают организовать идеи в логические подгруппы внутри сообщества. Раскрывающийся список «Просмотр категории» на вкладке «Идеи» позволяет фильтровать идеи по категории, а раскрывающийся список «Категории» на странице «Добавить идеи» позволяет назначать категории. Например, сообщество идей, посвященное вопросам качественного улучшения производимой линии одежды, может использовать следующие категории: «Рубашки», «Пиджаки» и «Свитера». Каждая организация использует один общий набор категорий, который может быть добавлен или удален из каждого сообщества. Сообщества идей и ответов используют разные категории, заданные администратором.

### **Комментарий.**

Комментарии – это текстовые ответы на размещенные идеи, которые объединяются в обсуждение идей. Комментарии, опубликованные последними, отображаются на вложенной вкладке «Комментарии» вкладки «Идеи». На странице сведений об идее комментарии отображаются в хронологическом порядке – от более старых к более новым.


### **Сообщество.**

Сообщества помогают объединять идеи и вопросы в логические группы; каждое сообщество имеет собственное направление, уникальные идеи и вопросы. Версия Professional Edition позволяет использовать только одно внутреннее сообщество идей. Все остальные версии позволяют использовать не более 50 сообществ, связанных с идеями, ответами и Chatter Answers.

### **Приложение «Сообщество».**

Приложение «Сообщество» поддерживает функции «Идеи» и «Ответы». Приложение «Сообщество» доступно в меню приложений Force.com.

### **Эксперт сообщества.**

Эксперт сообщества – это участник сообщества, который официально выступает от имени организации. При публикации комментария или идеи имя эксперта сообщества помечается уникальным значком , позволяющим другим участникам сообщества быстро определять достоверные данные. Администратор Salesforce может назначить необходимое количество экспертов.

### **Понизить.**

Чтобы понизить рейтинг неудачной идеи на 10 очков, нажмите кнопку «понизить». Рейтинг идеи может быть понижен только один раз. Идея, рейтинг которой был понижен, не может быть повышена. Если количество отрицательных голосов превышает количество положительных, то рейтинг идеи может быть отрицательным.

### **Период расцвета.**

Параметр «Период расцвета» определяет скорость, с которой устаревшие идеи перемещаются в нижние строки рейтинга на вложенной вкладке «Популярные идеи», чтобы уступить место тем идеям, за которые недавно были отданы голоса. Чем меньше период расцвета, тем быстрее устаревшие идеи перемещаются вниз страницы. Данный параметр влияет на все сообщества в организации.

### **Идея.**

Идея – это предположение, опубликованное участником сообщества идей. Например, идея для сообщества, специализирующегося по теме «Автомобильные принадлежности», может иметь следующий заголовок: «Изолированные подстаканники для хранения напитков». Идея для сообщества, специализирующегося по теме «Льготы сотрудников компании», может иметь следующий заголовок: «Корпоративный детский сад».

### **Пространства идей.**

Пространство идей – это форум, позволяющий приглашать участников сообщества к публикации идей по конкретным темам. Опубликованные идеи могут содержать возможные решения проблем или предложения по модернизации компании.

### **Очко.**

Очко – это единица измерения, определяющая популярность идеи. Каждому голосу соответствует 10 очков (положительная оценка добавляет 10 очков, отрицательная – отнимает 10 очков). Общее количество очков отображается слева от идеи.



### **Популярные идеи.**

Вложенная вкладка «Популярные идеи» позволяет сортировать идеи по внутреннему рейтингу, основанному на времени размещения положительных голосов за идею. Независимо от общего количества очков, идеи с более новыми положительными голосами отображаются выше, чем идеи с более старыми положительными голосами. Таким образом, чем позже идея приобрела популярность, тем выше она отображается на странице. Дополнительную информацию см. в терминах «Очко» и «Период расцвета».

### **Повысить.**

Чтобы повысить рейтинг идеи на 10 очков, нажмите кнопку «**повысить**». Рейтинг идеи может быть повышен только один раз. Идея, рейтинг которой был понижен, не может быть повышена. Система Salesforce автоматически повышает рейтинг любой собственной идеи.

### **Статус.**

Статус идеи помогает участникам сообщества отслеживать развитие идеи. Например, значения «Проверяется», «Проверено», «Скоро появится» и «Теперь доступно» – это типичные статусы, которые могут быть заданы и назначены идеям. Статус идеи отображается напротив ее заголовка для всех участников сообщества.

### **Лучшие за все время идеи.**

Вложенная вкладка «Лучшие за все время» сортирует идеи по количеству очков от наибольшего к наименьшему. Данная вложенная вкладка позволяет просмотреть самые популярные идеи в журнале сообщества «Идеи».

## **7 Лабораторная работа № 7. Разработка программы лояльности клиентов**

**Цель работы:** ознакомиться с функционалом системы Quick Sales по управлению продажами: научиться создавать новые сделки, заносить информацию об этапах каждой сделки в соответствии с заинтересованностью клиента, рассылать рекламную информацию клиентам компании, работать с историей взаимоотношений и т. д.

### **Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе**

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

### **Задания**

1 Вы внесли в базу данных информацию о новой, перспективной компании, которая может стать Вашим клиентом.

Заведите карточку на новую компанию, укажите контактное лицо, сегмент, источник информации о нас, дату регистрации 1.09.202\_.

2 Вы должны создать новую сделку для этой компании.

Создайте новую сделку. Укажите название, причину, соответствующую источнику информации («Информация»). Создайте этап «Инициирование интереса», запланируйте окончание на 1.10.202\_.

3 Запланируйте и пошлите клиенту рекламные материалы о продукции Вашей фирмы.

Запланируйте отправку рекламных материалов клиенту на 10.09.202\_, создайте ссылку на файл материалов (произвольный файл MS Word).

4 Запланируйте звонок, чтобы узнать о склонности клиента к покупке.

Перенесите план в выполненные, создайте комментарий и запланируйте звонок через две недели.

5 Клиент заинтересовался и желает посмотреть Вашу продукцию.

Перенесите звонок в выполненные, создайте комментарий, закончите этап сделки (вставьте дату окончания, комментарий). Перенесите заметку об окончании этапа в историю.

6 Проведите демонстрацию программного продукта.

Создайте этап «Демонстрация», запланируйте окончание на 15.10.202\_. Запланируйте демонстрацию, перенесите ее в историю по факту проведения презентации 10.10.202\_. Закройте этап сделки.

7 В результате демонстрации клиент решил приобрести программный продукт.

Закройте аналогичным образом этап «Демонстрация» и откройте этап «Заключение сделки». Откройте сделку на вкладке «Товар и оплата» и внесите произвольный товар. Запланируйте оплату. После оплаты заполните в этой же вкладке реквизиты оплаты. В карточке «Сделка» завершите ее (установите «успех» и впишите комментарий).

## **8 Лабораторная работа № 8. Методы внедрения CRM**

**Цель работы:** ознакомиться с функционалом системы Quick Sales по анализу продаж: научиться создавать новые сделки, анализировать сделки с помощью аналитических возможностей программы, экспортировать сформированные отчеты по продажам в MS Excel и т. д.

### **Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе**

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

– название работы;

- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

### **Правила оценки выполнения лабораторных работ**

Оценка студента по лабораторной работе «Анализ сделок» складывается из трех составляющих:

- предварительная подготовка;
- выполнение практической части работы;
- качество сформулированных студентом выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

### **Задания**

1 Создайте личную группу «Специальная выставка» (Клиенты/Информация) и поместите туда все вузы (Сегмент Народное образование/Высшее образование).

2 Запланируйте проведение специальной выставки для вузов на 1.05.202\_. Для этого выполните запрос для созданной группы «Специальная выставка» и создайте план приглашения вузов (Выпадающее меню: Клиенты/Групповые операции/Запись в план...)

3 По итогам специальной выставки все вузы приобрели программу Quick Sales. Создайте сделки для всех вузов, оплата программы происходила в течение мая-июня 202\_ г. Сделки также нужно создать через выпадающее меню: Клиенты/Групповые операции/Создать сделку.

4 Сформируйте отчет о сделках, используя модуль «Сделки». Для этого создайте необходимые запросы и экспортируйте их в Microsoft Excel с помощью кнопки «Экспорт». После этого напишите текстовую часть отчета.

Отчет должен включать следующие направления:

- отношение открытых и закрытых сделок;
- отношение успешных сделок и отказов;
- доля каждой товарной группы в выручке;
- наиболее и наименее эффективные способы продвижения товара.

## **9 Лабораторная работа № 9. Сегментации клиентов в соответствии с концепцией CRM**

**Цель работы:** изучить основные принципы работы клиентоориентированных систем, ознакомиться с функционалом системы Quick Sales в контексте управления контактами: научиться регистрировать клиентов, заносить информацию о контактных лицах, работать с планированием мероприятий и т. д.

## **Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе**

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

## **Правила оценки выполнения лабораторных работ**

Оценка студента по лабораторной работе «Работа с клиентской базой» складывается из трех составляющих:

- предварительная подготовка;
- выполнение практической части работы;
- качество сформулированных студентом выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

### **Задания**

- 1 Занести в базу данных клиентов 10 новых компаний.
- 2 Ввести для каждой компании две контактных лица.
- 3 Указать, каким образом компании в первый раз получили информацию о нашей фирме (закладка «Информация»), в т. ч. газета «Из рук в руки», выставка «Экспо», а также сегмент работы компании. Указать дату регистрации в течение 202\_ года.
- 4 Отнести произвольно две компании в группу «Важные клиенты», а пять других в группу «Потенциальные партнеры» (закладка «Группы»).
- 5 Для клиентов группы «Важные клиенты» внести заметку «Демонстрация» (срок между датой регистрации и сегодняшней датой) с комментарием. Установить ссылку на сайт компании Expert Systems ([www.expert-systems.com](http://www.expert-systems.com)) (закладка «История»).
- 6 Для клиентов группы «Потенциальные партнеры» запланировать звонки в течение недели с новым предложением, установить Будильник (закладка «Планы»).

## **10 Вопросы к зачету по дисциплине «CRM в обслуживании клиента»**

- 1 Суть стратегии CRM. Цели и задачи изучения дисциплины. Основные понятия дисциплины.
- 2 Клиентоориентированный маркетинг в структуре современной организации.

- 3 Основные инструменты маркетинговых коммуникаций в CRM.
- 4 Классические и синтетические инструменты маркетинговых коммуникаций.
- 5 ATL-, BTL-, TTL-инструменты маркетинговых коммуникаций.
- 6 Реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций.
- 7 Виды рекламы. Возможности и ограничения рекламы.
- 8 Public relations как инструмент маркетинговых коммуникаций: формы, возможности и ограничения.
- 9 Система обслуживания клиентов в качестве основы для создания и управления взаимоотношениями с клиентами. CRM-платформы.
- 10 Базы данных. Обзор автоматизированных систем управления деятельностью организации.
- 11 Функциональные особенности и направленность корпоративных информационных систем.
- 12 Место CRM-систем среди корпоративных информационных систем.
- 13 История развития CRM. Концепция и методология CRM.
- 14 Функции CRM-систем. Цели использования CRM-систем.
- 15 Классификация CRM-систем. Функциональные особенности CRM-систем различных типов.
- 16 Программы лояльности. Управление лояльностью с применением CRM-систем.
- 17 Основные возможности CRM. Ведение отношений с клиентами.
- 18 Управление претензиями и жалобами клиентов. Создание лояльности клиентов.
- 19 Анализ прибыльности клиентов.
- 20 Сегментации клиентов в соответствии с концепцией CRM.
- 21 Проектирование стратегии обслуживания клиентов.
- 22 Управление ключевыми клиентами. Понятия «процессный подход», «бизнес-модель», «бизнес-процесс» в управлении взаимоотношениями с клиентами.
- 23 Методологии процессно-ориентированного подхода к моделированию деятельности организации.
- 24 Технологии и инструментальные среды для описания бизнес-процессов организации.
- 25 Взаимосвязь «бизнес-модель» – CRM-система.
- 26 Приведение в соответствие регламентов организации и концепции CRM.
- 27 CRM для крупного бизнеса иностранной разработки.
- 28 CRM для среднего и малого бизнеса иностранной разработки.
- 29 Хостинговые (SaaS) CRM-системы иностранной разработки.
- 30 Open-Source CRM. CRM-системы, разработанные в странах СНГ.
- 31 Социальные CRM и CEM (Customer Experience Management – управление опытом (впечатлениями) клиентов).
- 32 Прямая обратная связь с клиентами на основе технологии интернет.
- 33 Отраслевые CRM-решения, эффективность их применения.
- 34 Популярность, распространенность, технические и функциональные характеристики отдельных CRM-решений.
- 35 Алгоритм работы с жалобой. Создание единой системы работы с жалобами.

- 36 Формирование плана корректирующих действий.
- 37 Процедура внедрения CRM-систем в организации: основные этапы.
- 38 «Облачные вычисления» и CRM-системы.
- 39 Интеграция CRM-систем с другими программными решениями.
- 40 Целесообразность, возможность, преимущества и сложности при интеграции CRM-систем с другими программными решениями.
- 41 Контакт-центры (кол-центры) и CRM-системы.
- 42 Алгоритм взаимодействия с клиентами. CRM как комплекс процессов.
- 43 Изучение существующих и потенциальных клиентов.
- 44 Сегментация на рынках B2B и B2C.
- 45 Определение релевантного рынка. Критерии жизнеспособности сегмента рынка.
- 46 Альтернативные основы для сегментации.
- 47 Приведение бизнес-стратегии в соответствие с клиентской стратегией.
- 48 Продуктоориентированные продажи.
- 49 Регулируемый сервис и поддержка.
- 50 Клиентоориентированный маркетинг.
- 51 Индивидуализированный CRM.

## Список литературы

- 1 **Андрейчиков, А. В.** Стратегический менеджмент в инновационных организациях. Системный анализ и принятие решений: учебник / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. – Москва: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2013. – 396 с.
- 2 **Усенко, Л. Н.** Бизнес-анализ деятельности организации: учебник / Л. Н. Усенко, Ю. Г. Чернышева, Л. В. Гончарова; под ред. Л. Н. Усенко. – Москва: Альфа-М; ИНФРА-М, 2013. – 560 с.
- 3 **Остервальдер, А.** Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора / И. Остервальдер. – 2-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2014. – 288 с.
- 4 **Лукич, Р. М.** Управление продажами / Р. М. Лукич. – Москва: Альпина Паблишер, 2013. – 212 с.
- 5 **Голова, А. Г.** Управление продажами: учебник / А. Г. Голова. – Москва: Дашков и К, 2013. – 280 с.
- 6 **Бороненкова, С. А.** Комплексный экономический анализ в управлении предприятием: учебное пособие / С. А. Бороненкова, М. В. Мельник. – Москва: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2016. – 352 с.
- 7 **Воловиков, Б. П.** Стратегическое бизнес-планирование на промышленном предприятии с применением динамических моделей и сценарного анализа: монография / Б. П. Воловиков. – Москва: ИНФРА-М, 2015. – 226 с.
- 8 **Юрьева, Л. В.** Стратегический управленческий учет для бизнеса: учебник / Л. В. Юрьева, Н. Н. Илышева, А. В. Караваева. – Москва: ИНФРА-М, 2014. – 336 с.