

УДК 004.432.2

А. Д. Трефилова, студентка

Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

## СИСТЕМА CRM В ТУРИЗМЕ

*Статья посвящена системе CRM в туристическом бизнесе. Автор рассматривает систему CRM, ее виды и возможности, а также анализирует влияние внедрения CRM-системы в туристическое агентство и рассматривает наиболее известные CRM-системы в мире на сегодняшний день.*

**Ключевые слова:** CRM-система; туристическое агентство; бизнес; туризм.

CRM-система (*Customer Relationship Management*) – корпоративная информационная система, является лучшим и единственным помощником для бизнесменов в современном мире. Система создана для того, чтобы упростить множество операций в мире бизнеса, а именно: не вручную вводить данные для взаимодействия с клиентами и продаж, а при помощи автоматизированной системы, которая, в свою очередь, приносит максимальный результат [1].

CRM обычно разделяют на следующие виды [2]:

1. Операционный CRM – предназначен для автоматизации взаимоотношений компании с ее клиентами, усовершенствования сервиса посредством познания и сохранения данных о клиентах и истории взаимоотношений с ними и дальнейшего рассмотрения итогов данных взаимоотношений.

2. Аналитический CRM – предназначен для автоматизации административных процессов, отвечающих за подробный анализ данных клиентской базы компании.

3. Коллаборационный CRM автоматизирует работу с клиентами компании согласно различным каналам связи (электронная почта, мобильный телефон).

*Возможности CRM-систем [3]:*

1. Быстрый доступ к необходимой информации о клиентах предприятия.

2. Быстрое обслуживание клиентов и проведение сделок.

3. Формализация схем взаимодействия с клиентами, автоматизация документооборота.

4. Быстрое получение всех необходимых отчетных данных и аналитической информации.

5. Снижение операционных затрат менеджеров.

6. Проверка и анализ работы менеджеров.

7. Согласованное взаимодействие между сотрудниками и подразделениями.

*CRM-системы в туризме*

Каждая быстроразвивающаяся туристическая компания сталкивается с проблемой правильного построения взаимоотношений с собственными клиентами. Автоматизированная система, применяемая турагентством, обязана выполнять главную задачу – это защита наработанной базы клиентов и истории операций между агентством и клиентами. Эта задача считается принципиальной в моменты, когда нужно сообщить посетителю о переменах в туристическом агентстве (сменился адрес агентства, спецпредложение для посетителей, программы лояльности).

Равно как и в каждом ином бизнесе, постоянные покупатели туристического агентства – его основное благополучие, и относится к сведениям о них необходимо в соответствии с этим принципом. С целью управления взаимоотношениями с покупателями туристические компании применяют инновационные встроенные CRM-концепции, они дают возможность доступа к легкодоступным данным о собственных клиентах в период общения с ними.

Главной целью крупных CRM-систем является улучшение эффективности маркетинга агентства, взаимоотношений с туристами при их большом количестве, а количество обращений в компанию может исчисляться многими тысячами в течение дня.

Задачей внедрения CRM-системы на туристическом предприятии является эффективное привлечение новых и удержание значимых существующих клиентов, а также понижение издержек, увеличение производительности труда и, как итог, увеличение размера продаж и выгоды.

Если потенциальный клиент обращается на веб-сайт фирмы и погружается довольно глубоко в информационное дерево веб-сайта, то такое обращение расценивается системой как заслуживающее внимания, и известие об этом клиенте передается на рабочее место эксперта, работающего в офисе туристической компании.

Когда данный контакт происходит с компьютера, который был ранее уже зарегистрирован на веб-сайте, то данное сообщение передается определенному работнику компании, ранее уже работавшему с этим клиентом.

В случае первого посещения веб-сайта посетителем информация передается тому работнику, которому подходят профиль и область, интересующие посетителя. Потом все происходит аналогично электронному магазину. Посетителю позволяют оформить заказ электронным образом. Если CRM-система имеет возможность сохранять всю информацию о клиентах в общей информационной базе, то ее смело можно назвать успешной системой. Чем больше срок службы CRM-системы, тем более эффективно она работает, тем более глубокие аналитические зависимости и взаимосвязи могут быть выявлены в информации, накопленной в ходе ее работы.

Одной из проблем при разработке и поддержке системы взаимоотношений является задача укрепления целостности и безопасности информации о клиентах. Любая компания обязана обеспечить защиту и нераспространение личных данных клиентов.

События, проводимые в целях защиты личной информации о клиенте, увеличивают уровень доверительных взаимоотношений между компанией и ее клиентурой.

Наиболее известными CRM-системами в мире на сегодняшний день являются:

– *SAP* – отдельный модуль *SAP R/3* системы направлен на улучшение тех отделов компании, которые непосредственно взаимодействуют с клиентом (отдел продаж, сайт и интернет-магазины). Решения *SAP* для транспортной отрасли помогут идти в ногу с переменами. Они охватывают области грузоперевозок, логистических услуг, пассажирских перевозок и туризма. Современные технологии, такие как анализ большого количества данных в реальном времени и корпоративные мобильные системы, позволяют оптимизировать каждый аспект вашей деятельности: от управления парком транспортных средств и ремонта до прогнозирования спроса и обслуживания клиентов.

– *Oracle* – концепция CRM, доступ к которой исполняется посредством сети «Интернет». *CRM Oracle*

дает возможность управлять продажами, проводить различные рекламные кампании, организовать виртуальный колл-центр и хранилище данных. Кроме всего прочего, *CRM Oracle* имеет довольно мощный интегрированный комплект аналитических инструментов.

– *Microsoft Dynamics CRM* – концепция CRM, увеличивающая эффективность работы сотрудников в абсолютно всех сферах и облегчающая взаимодействие отделов продаж, маркетинга и обслуживания покупателей. *Microsoft Dynamics CRM* пользуется популярностью в крупных фирмах. Это практически среда разработки. Она в одинаковой мере популярна как для сферы продажи услуг, так и для товарной области. *Microsoft Dynamics CRM* часто выигрывает сравнение CRM-систем за счет своей универсальности [4].

Вышеперечисленные системы весьма схожи между собой, осуществляют похожие функции и приводят к желаемому результату, но между ними существует ряд отличий, которые представлены в таблице [5].

Название системы	<i>SAP</i>	<i>Oracle</i>	<i>Microsoft Dynamics</i>
Год выпуска первой версии системы	2000 г.	2003 г.	2002 г.
Введение множественных прайс-листов	Да	Нет	Да
Интеграция с почтовыми клиентами	Outlook Express MS Outlook The Bat	Outlook Express MS Outlook	MS Outlook
Тип приложения	Web-browser	Web-browser	Web-browser Отдельное приложение
Возможность использования бесплатных баз данных	Да	Нет	Нет
Наличие обучающих курсов	Да	Дополнительная услуга	Дополнительная услуга
Цена лицензии (рабочее место), долл.	>1000	Не требуется	500–1000
Цена лицензии (сервер), долл.	Не требуется	Не требуется	>1000
Стоимость аренды (1 лицо/месяц), долл.	–	50–100	50–100

#### Библиографические ссылки

1. Шаховалов Н. Н. Интернет-технологии в туризме. – М.: Техно, 2009. – 251 с.
2. CRM-забота о потребителе. – URL: <http://www.intuit.ru/> (дата обращения: 09.12.2018).
3. CRM-системы. – URL: <http://techexperts.ru/> (дата обращения: 09.12.2018).

4. Аппаратные и программные средства реализации проекта. – URL: <https://cyberpedia.su/10xe981.html/> (дата обращения: 09.12.2018).

5. Практика CRM. Каталог CRM-систем – URL: <http://www.crm-practice.ru/crm-systems/> (дата обращения: 09.12.2018).

A. D. Trefilova, Student  
Kalashnikov Izhevsk State Technical University

#### CRM-SYSTEM IN TOURISM

The article is devoted to the CRM system in the tourism business. The author looks at the CRM system, its types and capabilities, and also analyzes the impact of CRM system implementation on the travel agency and looks at the most famous CRM systems in the world today.

**Keywords:** CRM-system; tourist agency; business; tourism.