

TERRASOFT

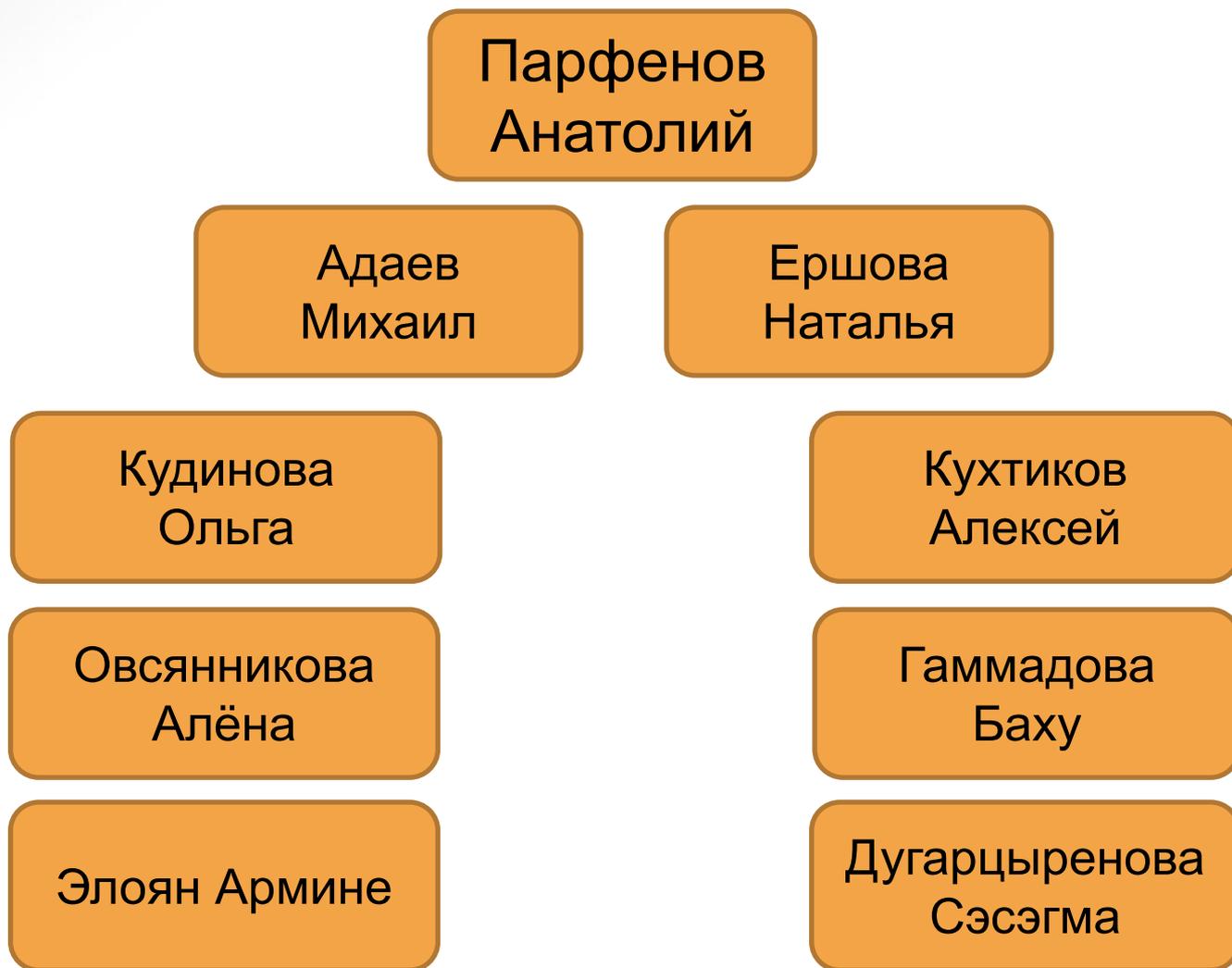
Внедрение Terrasoft CRM в казахстанском филиале компании A1 Telecom

Парфенов Анатолий

Спонсоры проекта

- Департамент продаж ГО А1 Telecom
- Вице-президент по продажам Широких Михаил
- Альфа-банк

Команда



Команда

- Парфенов Анатолий – директор команды / реализация и координация проекта.
- Адаев Михаил – заместитель директора команды / внутренний контролёр проекта
- Ершова Наталья – финансы
- Кухтиков Алексей – работа с ИТ
- Кудинова Ольга – ответственная за внедрения модуля 1
- Овсянникова Алёна – ответственная за внедрение модулей 2
- Элоян Армине – ответственная за внедрение модулей 3 и 4
- Гаммадова Баху – работа с регионами
- Дугарцыренова Сэсэгма – работа с поддержкой

Предпосылки возникновения проекта

- Низкие показатели рентабельности
- Снижение доли рынка
- Высокий уровень оттока абонентов
- Падение занимаемой доли рынка на 20%
- Отсутствие эффективного механизма взаимодействия подразделений
- Отсутствие ресурсов для маркетинговых исследований
- Недостаточная производительность железа
- Низкая эффективность поддержки клиентов

Цели проекта

- Снижение времени подключения новых клиентов
- Упрощение процедуры подключения новых клиентов

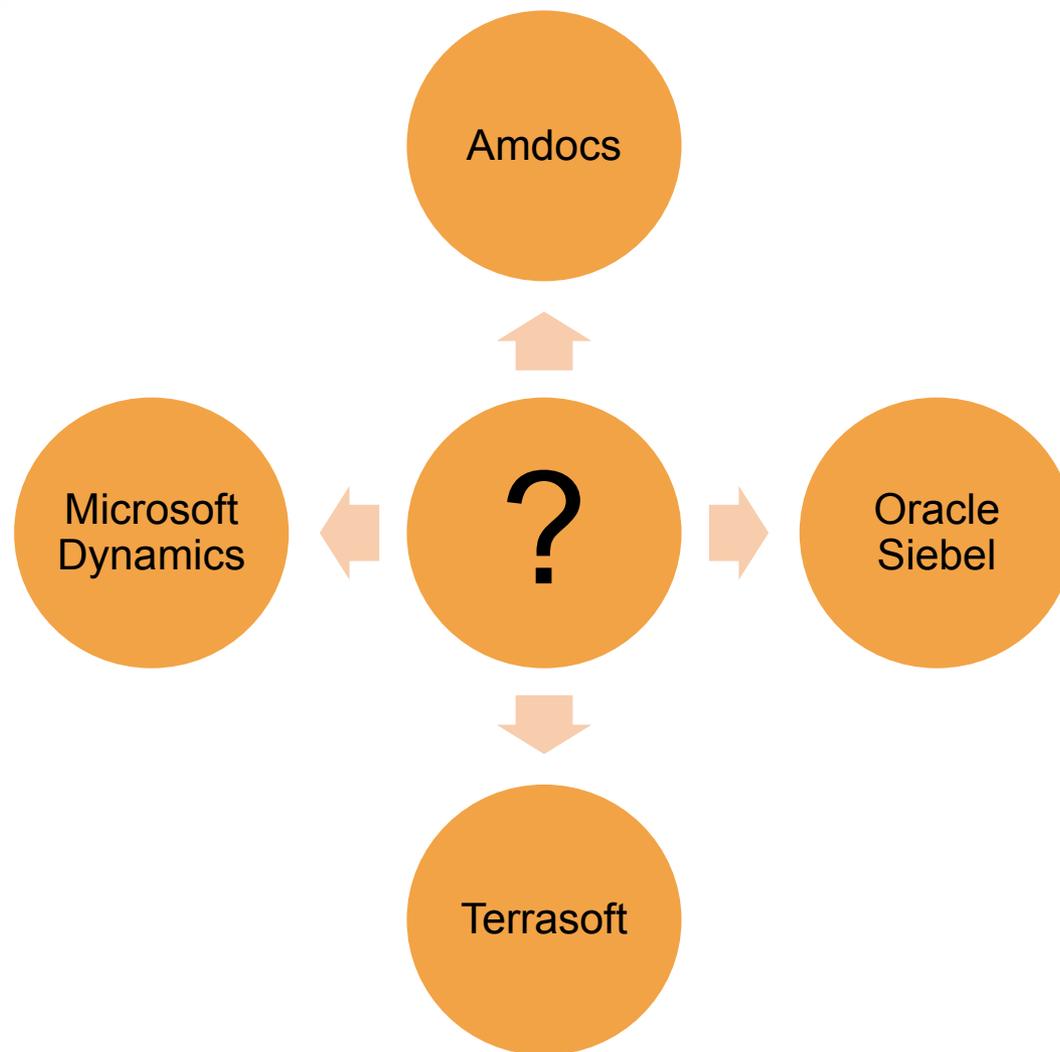
- Повышение эффективности взаимодействия между подразделениями
- Повышение эффективности продаж

- Снижение объёма оттока клиентов
- Увеличение объёма притока новых клиентов

Выбор системы | Критерии

- Производительность
- Полнота
- Гибкость настройки
- Первоначальная стоимость
- Стоимость содержания

Выбор системы|Варианты



Выбор системы|Terrasoft

Слабые
стороны

Сильные
стороны

Система аналогична
системе банка-
спонсора

Исходный код
доступен для
редактирования

Комплект средств
разработки (SDK)

Первый телеком
опыт компании
Terrasoft

Логичный понятный
интерфейс

Дешевизна

Выбор системы | Лицензирование | SAAS

Минусы

Плюсы

Жёсткая система =>
не модифицировать
под себя

Отсутствие сервиса в
регионе => большая
удалённость

Дешевизна

Потенциал для
развития

Робастность

Выбор системы | Лицензирование | Standalone

Минусы

Дороговизна

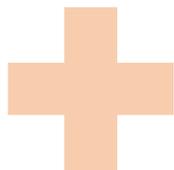
Обслуживание системы ложится на нас => высоки риски получить ещё больше работы

Плюсы

Возможность гибкой настройки под себя

Установка «у себя» снижает время устранения инцидентов

Выбор системы | Лицензирование

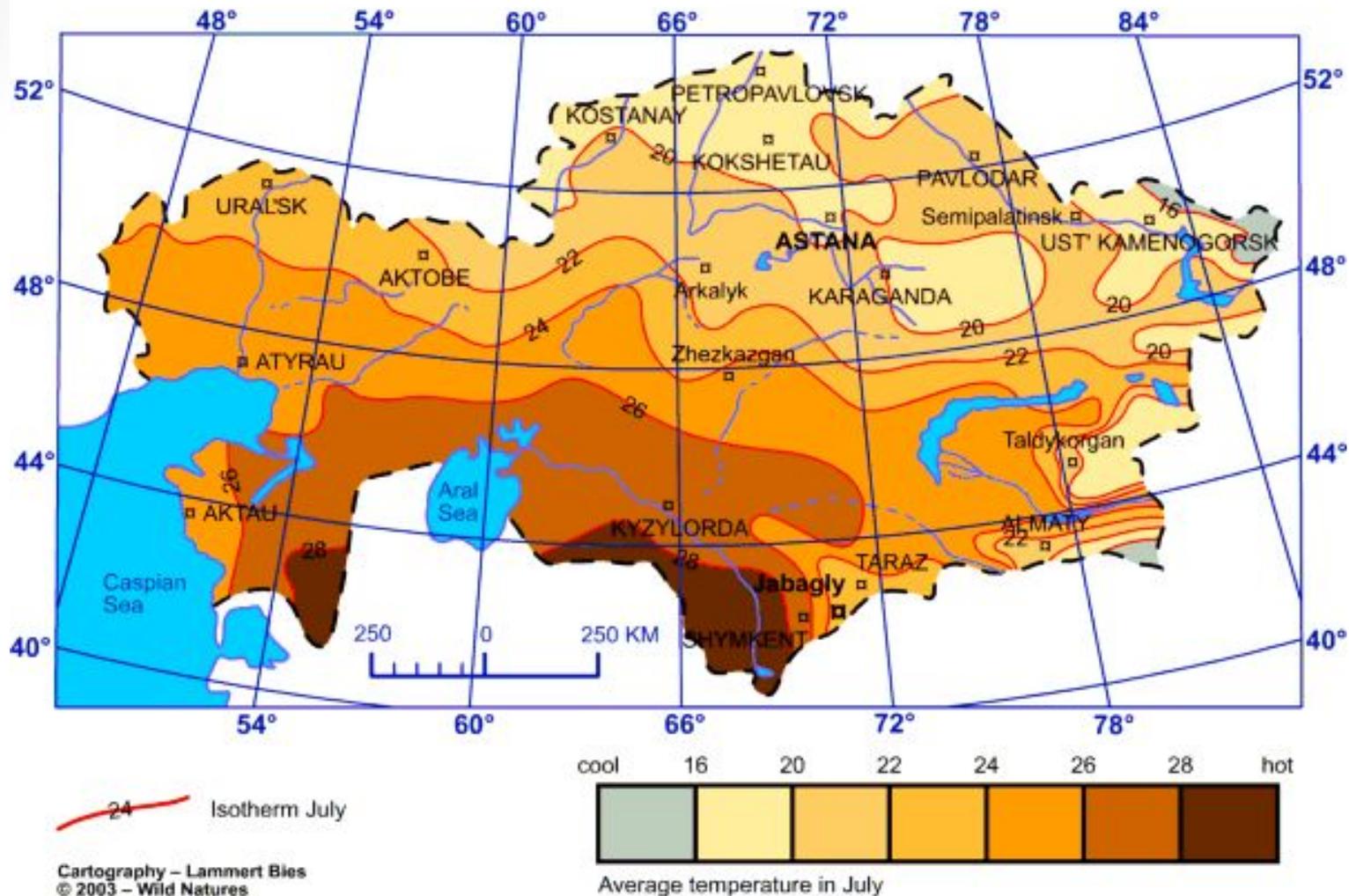


Выбор системы | География ЦОД



Выбор системы | География ЦОД

KAZAKHSTAN – AVERAGE TEMPERATURE IN JULY



Выбор системы | География ЦОД

Шымкент

Сильные стороны	Слабые стороны
Охватывает регион численностью более чем в 45 миллионов человек (вместе с Казахстаном это более 60 млн чел)	Сильные температурные колебания и достаточно высокая средняя температура июля.
Находится в сейсмобезопасном регионе.	
Доступная энергия: близость Шардаринской ГЭС и Жамбылская ГРЭС. Суммарная мощность 1300 МВт	

Внедрение|Модули

Управленческий
модуль

Модуль
удержания
клиентов

Модуль продаж

Модуль
аналитики

Внедрение|Модули

- **Управленческий модуль**
 - Создание системы управления предприятием
 - Создание базы данных по продуктам и услугам компании
 - Создание электронной системы внутреннего аудита
 - Создание системы учёта внутренних инцидентов корпоративного взаимодействия
 - Импорт актуализированной нормализованной клиентской базы
 - Генерация отчётов

Внедрение|Модули

▪ Модуль удержания клиентов

- Дополнение имеющейся клиентской базы информацией банка-спонсора
- Аналитическая информация банка-спонсора о клиентах
- Сегментация клиентов
 - Корпоративный сектор
 - Частный сектор
 - Выделение кругов клиентов на основании совершённых звонков/геолокации
 - Выделение потенциальных клиентов на основании данных банка и кругов общения текущих клиентов с целью проведения программы поддержки, соответствующей данному типу клиентов.
- Обобщённый менеджмент
 - Определение связей менеджеров на основании схожести их психологических портретов/моторики/голоса/привычек. Замена менеджера данного клиента может даже оказаться незамеченной.
 - Внедрение системы оценки и ранжирования менеджеров.

Внедрение|Модули

- **Модуль продаж**
 - Автоматическое построение маркетинговых стратегий на основании
 - Чистых данных (собственные/банка-спонсора)
 - Данных аналитического модуля
 - Данных модуля удержания клиентов
 - **Обобщённый менеджмент**
 - Распределение потенциальных клиентов между менеджерами в соответствии с аналитическими данными
 - Внедрение системы оценивания и ранжирования менеджеров

Внедрение|Модули

- Модуль аналитики

- Анализ текущей клиентской базы
- Анализ деятельности текущих клиентов
- Анализ клиентской базы банка-спонсора
- Анализ деятельности клиентов банка-спонсора
- Телемаркетинг
- Анализ клиентов (реальных и потенциальных) по внешним источникам (социальные сети)
- Формирование аналитических справок о текущем состоянии телеком рынка. Продажа данной информации по усмотрению компании.
- Прогнозирование телеком рынка. Продажа данной информации по усмотрению компании.

Внедрение | Этапы проекта

- Создание проектной команды
- Заключение договора с компанией-разработчиком CRM
- Заключение договора с банком о взаимном предоставлении информации
- Заключение договора с ЦОД
- Заключение договора на установку и отладку CRM
- Установка и тестирование системы
- Закупка комплекта лицензий
- Импорт и актуализация текущей клиентской базы
- Настройка аналитического модуля маркетинговых исследований
- Запуск поддерживающей компании
- Интеграция CRM с корпоративной почтой
- Интеграция с электронным документооборотом
- Заключение договора на аутсорс поддержку CRM
- Защита результатов проекта