

ОБЛАЧНИ CRM – ПРЕДИМСТВА И РИСКОВЕ ПРИ ВНЕДРЯВАНЕТО ИМ

Проф. д-р Виолета Краева, СА „Д. А. Ценов” – Свищов

Въведение

Традиционно всички CRM системи се намират в предприятието (on-premises), т. е. те са инсталирани и функционират на сървъри в рамките на организацията като вътрешни приложения (in-house applications). Съвременните CRM системи са уеб базирани, което означава, че всички техни приложения и данни са във владение на доставчика на облачните услуги. Облачните CRM (cloud CRM) системи са разположени в облака на сървър в център за данни (datacenter) и се използват от крайния потребител чрез интернет браузър. Администраторът на облачната CRM предварително дефинира нивата за достъп на служителите в организацията, като той може да се осъществи едновременно от всеки компютър или мобилно устройство, което има връзка с Интернет.

1. Предимства на облачните CRM

Облачните CRM са известни още като **софтуер като услуга** (Software-as-a-service - SaaS) CRM, онлайн (online CRM) или уеб (Web CRM). Техните основни **предимства** са:

➤ **глобална достъпност** - непрекъснат свободен достъп практически по всяко време, от всяко място и всякакъв вид устройства (десктоп, лаптоп, ноутбук, смартфон или таблет), където има интернет връзка. Незабавният достъп до базата от данни е особено полезен за продажбите в последния момент и за намиране на нужната информация в движение.

➤ **мобилност**, която бързо осигурява най-важната информация, когато служителите са извън офиса.

➤ **мащабируемост** - облачните CRM системи са гъвкави при разширяване на техния капацитет в резултат на разрастване или свиване на дейността на предприятието. Доставчикът на облачните услуги може незабавно да увеличи капацитета на системата на базата на текущите нужди.

➤ **бърза и лесна инсталация и използване** – всъщност е необходима само интернет свързаност и съответната регистрация в

системата. Облачните CRM системи са с лек, интуитивен и приятелски настроен интерфейс.

➤ **автоматично обновяване** – автоматично се предоставя най-новата версия на продукта, без да се ангажира клиентът.

➤ **достъпна и управляема цена на услугата** – заплаща се месечна такса/наем на база абонамент или само за ползваните ресурси, така че инвестициите са минимални и се редуцира рискът при тяхното осъществяване.

➤ **високо ниво на сигурност** – данните се съхраняват в центрове за данни, които работят в условия на висока степен на защита. Благодарение на двустъпковата идентификация и силните пароли, нивото на сигурност на облачните CRM системи е доста високо. Освен това доставчиците на облачни CRM осъществяват авангардна политика за автоматично архивиране и стабилен план за възстановяване на данните при бедствия и аварии.

➤ **висока надеждност** – тя се базира на факта, че всички модули на облачната CRM имат резервни копия. Например, компонент като сървър има множество реплики в облака, така че ако настъпи някакъв срив в работата на системата, тя няма да прекъсне и съответният компонент незабавно ще бъде заместен.

Друго важно предимство на облачните CRM е възможността за интеграцията им с останалите приложения, особено с мобилните и социалните CRM системи, които са доста актуални напоследък. Обменът на информация между съществуващите софтуерни приложения и тяхната съвместимост е от първостепенна важност. Така например, интеграцията със системата за електронна поща е предпоставка за осъществяването на контактите с клиентите.

Разходите за поддържане на CRM системата, които най-често се базират на броя на потребителите и необходимата памет, също варират в зависимост от текущите бизнес нужди. По тази причина облачните CRM са особено подходящи за малкия бизнес, който няма достатъчно капацитет и експертиза да внедрява и поддържа самостоятелна (вътрешна) CRM система. При облачните CRM системи всички тези ангажименти се поемат от техния доставчик.

Сравнението между облачните и локалните CRM системи може да се осъществи по редица критерии, като скорост на работа, достъп до данните, сигурност на данните, гъвкавост и др. Те са обобщени в таблица 2.1.

Загрижеността за сигурността и страхът от внезапно прекъсване и липса на връзка са основните възпиращи фактори за възприемането

на облака, особено по отношение на CRM решенията, където доверието на клиента е с най-голяма важност. Не без значение е фактът, че евентуален пробив в сигурността или прекъсване на услугата потенциално могат да доведат до достъп до чувствителна информация от неупълномощени лица, лошо изживяване или неудовлетвореност на клиента, загуба на репутация на компанията и правни проблеми, потенциални финансови загуби, изоставане от конкуренцията и не на последно място - смущаване на бизнес операциите и обслужването на клиентите.

Таблица 2.1.

Критерии	Десктоп CRM	Облачни CRM
Скорост на работа	Висока	Зависи от скоростта на интернет връзката
Широк обхват на данните	Не е възможен	Възможен е
Достъп до данните	Само от стационарен компютър	От всякакво устройство с интернет достъп
Поддръжка и архивиране	От потребителя	От доставчика на облачната CRM
Сигурност на данните	Високо ниво на сигурност	Високо ниво на сигурност

Преминаването към частен или хибриден облак е предпочитаният вариант, който дава много по-високо ниво на сигурност, но тези алтернативи са по-сложни и по-скъпи в сравнение с публичния облак. Всичко това обяснява защо миграцията към облачно-базирана CRM платформа е по-бавна в сравнение с очакванията.

2. Популярни облачни CRM системи на световния и българския софтуерен пазар

Статистиката показва, че в световен мащаб интересът към базираните в облака CRM решения непрекъснато нараства. Докато през 2008 г. само 12% от бизнеса е използвал облачни CRM, то през 2014 г. този процент нараства значително и възлиза на 87.¹ Нещо повече, 2016 година бе определена като година на клиента. Това твърдение е подкрепено от факта, че 80% от клиентите търсят и избират необходи-

¹ 18 CRM Statistics You Need to Know for 2016. <http://www.superoffice.com/blog/crm-software-statistics/> (19.04.2016 г.)

мите продукти онлайн, а 87% от тях използват мобилни устройства, за да пазаруват.

Големите и средните предприятия определено имат водеща позиция, защото 91% от тях използват CRM системи, докато при микро предприятията с персонал до 10 души този процент е 50.² Като цяло 74% от предприятията считат, че CRM системите са подобрили достъпа до данните на клиентите и са повишили ефективността на бизнеса. Така че тенденцията е да се увеличат инвестициите в CRM решения, подтиквани не само от добрите резултати, но и от необходимостта да не се изостава от конкурентите и да се задържат клиентите.

Изборът на най-подходящия доставчик на облачно CRM решение изисква да се определи алтернативата между основни характеристики на системата: гъвкавост, функционалност и цена. Преди обаче да се вземе това важно решение, трябва да се даде отговор на няколко ключови въпроса, а именно:

- За какво ще се използва CRM системата?
- Какви са потребностите на бизнеса от нея?
- Кои са основните проблеми, които тя трябва да реши?

Една от първите и най-популярни за сега облачни CRM системи е **Salesforce** на едноименната компания (Salesforce.com). Тя може да се определи и като лидер в бранша, тъй като е с най-голям пазарен дял.³ Системата е с богата функционалност и възможности за настройка според изискванията на потребителите. Тя е подходяща за всякакъв вид бизнес не само като големина, но и като отрасъл.

Друго популярно приложение е **Microsoft Dynamics CRM Online**, което заема четвърто място по разпространение на облачните CRM. То е напълно интегрирано с десктоп системата Microsoft Dynamics CRM и позволява много лесно да се импортират записите в облака, като е запазен потребителският интерфейс. Заедно с това съществува тясна интеграция с офис пакета на Майкрософт, програмата за електронна поща Outlook и инструментите за бизнес анализ.

Като пример за най-опростена облачна CRM система може да се посочи **Zoho CRM**. Тя също е интегрирана с останалите продукти на Zoho suite. Нейният интерфейс е подобен на Salesforce, но с по-малко възможности за настройки и персонализиране. По тази причина тя се препоръчва за малки предприятия, които не разполагат с ИТ персонал за поддържане на голяма клиентска база от данни.

² Пак там.

³ The Top SaaS & Cloud Customer Relationship Management Software Solutions <http://www.top-crm.com/top-crm-cloud.php> (20.04.2016)

В практиката се разпространяват и облачни CRM системи на базата на отворен код. Това са **SugarCRM** и **CiviCRM**. SugarCRM е доста силен конкурент и се предлага в автономен и облачно базиран вариант срещу определена годишна такса. Тя е лесна за използване, гъвкава и има силен потенциал за персонализация, а също и възможности за надграждане и разширяване. Препоръчва се за големи предприятия, които разполагат със собствен ИТ персонал. В допълнение има още едно издание **Sugar Community Edition**, което може да се използва безплатно от различни общности.

CiviCRM е проектирана специално за социалния сектор и по тази причина се предоставя безплатно. Тя може да се инсталира от самите потребители на уеб-хостинг сървър на организацията, който трябва да удовлетвори нейните системни изисквания.

Критичните фактори за успеха на облачните CRM могат да се дефинират като:

- правилно проектирана облачна CRM система;
- избор на най-подходящата облачна CRM система;
- коректно инсталиране на облачната CRM система.

Правилно проектираната облачна CRM система трябва да отразява поставените цели в CRM стратегията на предприятието. Тя трябва да дава на мениджърите цялостен поглед върху продажбите, да автоматизира голяма част от тези процеси, да осигури по-добро обслужване на клиентите и пълна информация за всеки един от тях, да следи маркетинговите кампании и да установи до колко те са ефективни. В случая е особено важно да се установи от каква информация имат нужда служителите и къде ще се постави акцентът – върху функционалността, разходите или лесното използване на CRM системата.

Важно значение за успеха на системата има и обучението на персонала, като заедно с това се разясни нейната полезност не само за хората, но и за предприятието като цяло.

3. Проблеми и рискове при внедряването на облачните CRM

Облачните CRM системи са иновативно решение в помощ на предприятията с ограничен бюджет и не много сложна организационна структура. Внедряването на облачни CRM е свързано и с някои **рискове** и фирмите трябва да са наясно какви са те и как могат да бъдат избегнати или поне намалени.

Един от основните проблеми е свързан с прекъсванията в работата на системата и споразумението за нивото на обслужване (Service

Level Agreement - SLA). Въпреки че тук не се обработват критични финансово-счетоводни данни, прекъсванията в CRM системата имат негативен каскаден ефект върху продажбите и работата с клиентите. Така че е препоръчително доставчикът на облачни услуги да разполага с повече от един център за обработка на данни, за да се избегне рискът от принудително бездействие на бизнеса.

Друг основен проблем е информационната сигурност. Някои специалисти разглеждат сигурността като изкуство да се балансира.⁴ То изисква цялостен интегриран подход към сигурността, който включва управление на събитията, на идентичността и на промените. Тези дейности трябва да си взаимодействат автоматично и без прекъсване, за да гарантират високо ниво на ефективност на услугите. Всъщност времето, през което облачните CRM системи могат да работят без прекъсване (Uptime) е най-популярният измерител на ефективността.

Управлението на сигурността/събитията, на идентичността/достъпа и на системите/промените са основните елементи на всяка стратегия за управление на риска при сигурността. Така че фирмата трябва да изисква от доставчика на облачни услуги наличието на надежден план за информационна сигурност, базиран на анализ на риска и методи за възстановяване при бедствия и аварии.

Известен недостатък при облачните CRM системи е ниската степен на доверие между доставчика и потребителя на облачната услуга, поради предоставянето на контрола и управлението на данните за клиентите на трета страна. Освен това те не винаги са подходящи за организации с трудно дефинирани и специфични бизнес процеси.

Следващият проблем е свързан със системната интеграция. CRM системите трябва да бъдат интегрирани с ERP системите, счетоводните програми и другите приложения в предприятието. Слабата интеграция на бизнес информационните системи винаги води до увеличаване на ръчно изпълняваните бизнес процеси, повече грешки при ръчно въвежданите данни и по-продължително време за тяхната обработка. Някои доставчици на облачни услуги предлагат стандартни системи за интеграция.

Адаптирането и настройката на софтуера според изискванията на клиентите (Customization) е също важен проблем за решаване.

⁴ Балансът между сигурност и ефективност – изкуство или правилен набор от технологии.

http://cio.bg/2540_balansat_mezhdu_sigurnost_i_efektivnost__izkustvo_ili_pravilen_nabor_ot_tehnologii (12.07.2016 г.)

Целта е да се постигне съответствие на уникалните изисквания и нетипичните бизнес процеси.

Известен риск съществува и при определянето на общата цена на притежание (Total Cost of Ownership - TCO). Независимо, че разходите за облачни CRM са ясни и предсказуеми, са необходими ключови допускания относно размера на променливите разходи, коефициента на възвръщаемост на инвестициите и продължителността на полезна работа на системата. Този риск носи и известни позитивни качества, тъй като при облачните CRM системи капиталовите разходи се трансформират в оперативни (capex to opex).

Като цяло ползата от CRM системите е многостранна, защото те подобряват обслужването и удовлетвореността на клиентите, увеличават продажбите, задържат постоянните клиенти, позволяват споделяне и предоставяне на данните на други системи, увеличават продажбите и намаляват разходите. Чрез тях се постига силна персонализация и индивидуализация на клиентите, а от там и по-висока удовлетвореност и лоялност към марката. Те помагат на бизнеса да установи какво иска клиентът и от какво има нужда.