команда F5

100 ПУНКТОВ АВТОМАТИЗАЦИИ БИЗНЕСА

Чек-лист самостоятельного внедрения amoCRM

Данный чек-лист подходит для настройки amoCRM и любой другой CRM со схожим функционалом.

Если автоматизация уже внедрена, пройдитесь пунктам, чтобы оценить её уровень в вашей компании.



+7 (495) 021-44-74 info@comf5.ru

Заказать звонок

7 Регистрация и первичная настройка

Зарегистрируйте аккаунт

Перейдите на сайт CRM, например amoCRM. Зарегистрируйтесь в сервисе с использованием корпоративного e-mail и номера телефона.

Настройте отделы и права

- Проанализируйте и составьте список действий каждого пользователя в зависимости от роли и отдела.
- Исходя из этого, добавьте необходимые отделы и распределите по ним пользователей.
- Продумайте ограничение прав сотрудников на создание, просмотр, правку, удаление и экспорт контактов, сделок, компаний.
- Например, если у каждого сотрудника своя база клиентов, поставьте ограничение на просмотр чужих контактов и сделок.

Добавьте сотрудников в CRM

- Определите пользователей, которые будут работать в CRM.
- Добавьте сотрудников, используя приглашения на корпоративную почту или обычную почту.
- Каждому сотруднику поставьте задачу - правильно заполнить свой профиль, в дальнейшем заполненные поля (фото сотрудника, контакты и т.д.) будут автоматически вставляться в письма клиентам.

Сделайте первичную настройку воронки

- Определите, сколько этапов должно быть в воронке продаж, чтобы реализовать ваш продукт. Например, самое простое - это 4 статуса: *Новая заявка, Предложение сделано, Успешно завершено (Продажа), Отказ (Не реализовано)*.
- На каждом этапе должны выполняться соответствующие действия со стороны менеджера и со стороны клиента. Многие действия можно автоматизировать, подробнее про автоматизацию бизнес-процессов читайте ниже.
- Кроме того, воронка помогает понять, на каких этапах сколько сделок висит и насколько эффективно происходит движение по ним.
- Если на данный момент это вызывает у вас затруднение, оставьте статусы, которые стоят по умолчанию.
- В дальнейшем можно редактировать статусы и необходимые действия в них.
- Если у вас несколько направлений бизнеса, создайте соответствующее количество воронок, каждый со своими этапами.
- Если на данный момент это вызывает у вас затруднение, оставьте статусы, которые стоят по умолчанию.
- В дальнейшем можно редактировать статусы и необходимые действия в них.
- Если у вас несколько направлений бизнеса, создайте соответствующее количество воронок, каждый со своими этапами.

Настройте дополнительные поля сделок и контактов

- Исходя из анализа текущей базы клиентов, определите, какие поля уже есть в системе, а каких на хватает для особенностей вашего бизнеса.
- У контактов это могут быть, к примеру: день рождения, должность, размер обуви, площадь квартиры и и т.д.

- У сделок: список товаров, дата отгрузки, трек номер, вес груза, и т.п.
- Тщательно продумайте, какие данные привязать к контакту, какие к компании, какие к сделке.
- **Отнеситесь к этому очень внимательно.** Если ошибиться на этом этапе, через полгода можно получить разросшуюся базу, которая неправильно наполнена данными, работать в ней не удобно, а отчеты по нужным сегментам и вовсе невозможны.

✓ Импортируйте базу клиентов

- Дайте задание менеджерам - добавить всех своих клиентов в CRM или используйте инструменты автоматического импорта через XLS, CSV файлы.
- Обязательно правильно сопоставьте поля в CRM с нужными столбцами вашей базы.
- Обеспечьте контроль дублей клиентов. Чтобы при добавлении существующего клиента менеджер видел, что такой контакт уже имеется, даже если это клиент другого менеджера. Для amoCRM подходит виджет "Контроль дублей".

✓ Напишите регламент работы

Сообщите всем сотрудникам, что с сегодняшнего дня все действия по управлению клиентами необходимо проводить только в CRM. Никаких Excel таблиц, бумажек и переписок через левую почту. Полный регламент работы в CRM с основными действиями будет ниже.

25 Источники заявок в amoCRM

Обеспечьте автоматическое попадание всех новых заявок в CRM

Чтобы не упустить ни одну заявку, все они должны попадать в CRM автоматически. Куда бы ни написал клиент, куда бы ни позвонил, где бы ни оставил заявку, она должна быть сохранена и по ней должна быть задача на обработку.
Кроме того, все коммуникации с клиентами теперь переносятся в CRM.

Интегрируйте ваш сайт с CRM

- Если у вас посадочная страница (лендинг), сайт визитка, сайт-каталог, то заявки со всех форм на сайте должны попадать в CRM.
- Если у вас интернет магазин, онлайн заказ услуг на сайте, то все покупки с сайта должны попадать в CRM вместе с заказами.
- Если на сайте есть виджеты обратного звонка, онлайн чатов, захват лида и т.д., все заявки с этих сервисов должны попадать в CRM.
- Обеспечьте сохранение источников посещений (UTM метки) для последующего анализа эффективности рекламных каналов. Подробнее об интеграции с сайтом.

Интегрируйте телефонию с CRM

- Выберите оператора виртуальной АТС, если требуется. Относительно легко интегрируются Gravitel, Sipuni, OnlinePBX. У них же можно приобрести номера.

- Установите готовый виджет или решения для интеграции звонков с amoCRM.
- Запишите голосовое приветствие или сгенерируйте его из текста.
- Настройте запись звонков, чтобы на странице сделки можно было прослушать любой разговор между клиентом и сотрудником.
- Входящий звонок от известного клиента должен переадресоваться ответственному менеджеру.
- Исходящие звонки клиентам должны выполняться прямо из CRM в 1 клик без дополнительного софта.
- При пропущенном звонке ответственному менеджеру ставится задача.
- Обеспечьте переадресацию звонка в amoCRM при нажатии звонящим добавочного номера.
- При входящем звонке в CRM должна всплывать карточка контакта с информацией. Если ответственный не берет трубку, звонок переадресуется другому менеджеру или всем одновременно.
- Если у вас несколько рекламных номеров, настройте сохранение номера, на который поступил звонок в карточку контакта, для дальнейшего анализа эффективности рекламы.
- Если вы используете обычные мобильные телефоны с не корпоративными номерами, то используйте кастомное решение, например сервис "Мои звонки", для интеграции сотовых номеров с CRM.

Интегрируйте почту с CRM

- Почта по умолчанию автоматически интегрируется в момент регистрации сотрудника в CRM.
- Настройте почту, чтобы все входящие письма прикреплялись к сделкам, а письмо от неизвестного создавало новую сделку.
- Подготовьте и активно используйте шаблоны для работы с почтой.
- Используйте трекинг с отслеживанием открытия письма, чтобы звонить клиенту в тот момент, когда он изучает ваше предложение.
- Используйте автоматическую отправку письма при переходе на следующий этап, например, подтверждение заказа.

- Настройте подписи ответственных менеджеров с автоматической подстановкой фото и контактных данных.
- Подробнее про автоматизацию писем с использованием виджета "Почтовик"

Интегрируйте чаты и социальные сети в CRM

- Обеспечьте интеграцию обращений в вашу группу Вконтакте.
- Обеспечьте интеграцию обращений в группу Facebook.
- Интегрируйте рекламные формы с Facebook и Вконтакте, чтобы все заполненные формы автоматически приходили в amoCRM.
- Настройте синхронизацию переписки в amoCMR с Whatsapp, Telegram, Viber, Skype.
- Сохраняйте обращения с директ в amoCRM и комментарии к вашим фотографиям в аккаунте Instagram.
- Настройте Бота (Sales Bot) для первичной автоматической квалификации клиента и сбора контактных данных.

Смотрите так же

41 виджет для amoCRM от Команды F5:
Документооборот, хранение данных, удобная почта, выгрузка сделок, распределение заявок, поиск дублей и много другое.

50 Автоматизация воронки в amoCRM

Создание цифровой воронки

Проанализируйте вашу процедуру продажи с самого начала поступления заявки до закрытия сделки. Определите и запишите минимальное количество статусов воронки, которое требуется исходя, из потребностей и действий, которые должны выполняться на каждом этапе.

Добавьте нужное количество статусов в CRM, например: *Новая заявка, Квалификация, Коммерческое предложение, Счет, Сделка а работе, Сделка отгружена, Документы получены, Успешно реализовано*. Повторите действие для каждой воронки, если у вас несколько продуктов, которые существенно различаются по процедуре продажи.

Автоматизируйте задачи

Активной сделки без задачи быть не должно. Никогда! Менеджеры не должны задумываться над тем, какое действие сейчас нужно выполнить, у них всегда должна стоять конкретная задача в зависимости от этапа. На разных этапах сделки, задачи могут ставиться разным людям.

- Настройте постановку задачи **на новую входящую заявку**: связаться с клиентом, выяснить потребности, обработать, написать, позвонить.
- Настройте постановку задачи **на пресейл**: рассчитать стоимость, показать объект, встретиться, замерить, подготовить КП и т.д.
- Постановка задачи **на продажу**: выписать счет, отправить договор, проконтролировать оплату. Подробнее об автоматизации документооборота читайте ниже.

- Постановка задачи **на отправку в производство**: изготовить, подготовить товар, приготовить все необходимое для оказания услуги.
- Задача **на отгрузку**: укомплектовать товар, передать в службу доставки, оказать клиенту услугу и т.д.
- Задача **на закрытие сделки**: отправить закрывающие документы, получить обратную связь от клиента, подготовить отчет.
- Задача **на повторную продажу**: добавить задачу, когда нужно связаться с клиентом повторно, предложить повторную покупку, другой продукт и т.д.

Автоматизируйте уведомления

- Обеспечьте отправку СМС или e-mail клиенту при первичном обращении.
- Обеспечьте отправку информации об ответственном менеджере с фото и контактами клиенту, после назначения ответственного.
- При необходимости уведомляйте клиента на каждом этапе сделки: счет выставлен, товар подготовлен, отгружен и т.д.
- При успешном завершении сделки отправляйте запрос оценки качества обслуживания (NPS).
- При отказе клиента от сделки отправляйте письмо с вопросом, по какой причине был отказ.
- Создайте необходимые шаблоны для ручных сообщений (по СМС, e-mail, в чатах, соцсетях) на типовые события: напоминания, поздравления, приветствия, отказы. Ответы должны быть персонализированы, с использованием подстановки полей. Например: "*Client name, мы все еще ждем от вам оплаты по счету - invoice-number!*"

Автоматизируйте документооборот

- Создавайте типовые документы в один клик или автоматически в момент смены этапа сделки. Для генерации документов в amoCRM подходит наш виджет Документы.

- Настройте автоматическое или полуавтоматическое создание коммерческого предложения с товарами в формате PDF или в любом другом.
- Добавьте автоматическую генерацию счета с товарами из предыдущего пункта при переходе сделки на следующий этап.
- Настройте автоматическое создание договора с реквизитами клиента с подстановкой печатей и подписей в документ.
- Настройте автоматическое создание акта, накладной и других закрывающих документов.
- Обеспечьте автоматическую отправку созданных документов клиенту с контролем получения и открытия.
- Настройте сохранение всех созданных и прикрепленных документов по сделке в облачном хранилище, например, Яндекс.Диск или Google Drive.

Автоматизируйте маркетинг

- В момент поступления заявки и до этапа продажи обеспечьте "утепление" лида с помощью таргетированного показа рекламы в соцсетях, в Adwords, в Директ.
- После успешной продажи отключайте рекламу для этого клиента, чтобы сэкономить бюджет.
- Интегрируйте CRM сервисом почтовых рассылок.
- Подписывайте клиента на e-mail рассылку в зависимости от сегментации по разным признакам: купившие, не купившие, VIP клиенты и т.д.
- Предложите подписаться на ваши в группы в социальных сетях, отправив соответствующее сообщение.

65

Интеграция CRM с 1С

при необходимости

Синхронизируйте сделки CRM с 1С

При создании новой сделки в CRM в 1С Предприятие должна создаваться продажа и наоборот, все продажи в 1С должны приходить в CRM, при этом нужно исключить дублирование информации.
Статусы обоих систем должны быть синхронизированы.
Например, когда в 1С происходит выгрузка банковских платежек, в CRM статус сделки должен меняться на "Оплачено".

Синхронизируйте контрагентов в 1С с CRM

При добавлении контакта или компании в CRM в 1С должен добавляться соответствующий контрагент. Кроме того, должна быть полная двухсторонняя синхронизация данных сущностей.

Синхронизируйте товары и цены в 1С с товарами в CRM

В CRM должна быть возможность посмотреть остатки товаров на складе, которая синхронизируется с 1С Предприятие. При успешном совершении сделки в CRM информация должна отправляться в 1С, и должно происходить списывание товара со склада с актуализацией остатков.

Настройте обмен данными

Обмен между двумя системами может происходить по регламентным задачам с интервальной выгрузкой или в реальном времени.

86 Обучение сотрудников

Обучите менеджеров работать в CRM

- Работа со сделками. Как создавать сделку и вести ее по воронке? Какие этапы есть у сделок и что необходимо сделать на каждом этапе? Почему не должно быть сделок без задач.
- Работа с контактами. В каких случаях контакты создаются автоматически, в каких случая их нужно создавать вручную?
- Телефония в CRM. Как позвонить контакту из CRM, как принять звонок? Как прослушать записи разговора по данному клиенту.
- Работа с почтой. Как написать письмо клиенту из amoCRM? В каких случаях можно использовать шаблоны писем? Как отслеживать открытие письма клиентом? Где смотреть все входящие письма?
- Работа с документами. Как работает автоматический документооборот? В каких случаях документы создаются автоматически, в каких случаях вручную? Как создать счет, акт, счет-фактуру в CRM и отправить клиенту?

Обучите руководителей контролировать сотрудников

Какие есть отчеты в системе? Какие есть инструменты для мотивации? Как посмотреть кто работает хорошо, а кто плохо? Как посмотреть, откуда приходят клиенты и какие каналы наиболее эффективны?

Напишите и утвердите новый регламент работы в компании

С четким регламентом работы внедрение CRM происходит эффективно. Менеджеры должны четко

знать, что делать в каждый момент времени.

Сохраните обучающие материалы для новых сотрудников

В дальнейшем, для адаптации новых сотрудников, эффективнее всего записать видео обучения сотрудников и скринкасты работы в CRM.

100 Аналитика и отчеты в amoCRM

Анализ источников сделок

Обеспечьте сохранение источника поступления лидов (заявок) для последующей аналитики эффективности каналов рекламы:

- При поступлении заявки на почту автоматически помечайте сделки соответствующим тегом или дополнительным поле.
- Используйте несколько e-mail адресов для разных каналов. Например, на Avito поставьте один e-mail на сайт другой. Таким образом можно посчитать количество заявок с обоих систем.
- Так же поступите с заявками с телефона. Размещайте разные телефоны на разных площадках. Настройте телефонию и CRM так, чтобы при поступлении звонка в источник заявки автоматически ставился соответствующий номер.
- Анализ источников с сайта. Настройте интеграцию форм сайта таким образом, чтобы в CRM сохранялись данные по рекламным кампаниям Яндекс.Директ, Google Adwords и т.д. Сохранение UTM меток, гео-локаций и т.д.
- При обращении клиентов из социальных сетей сохраняйте метки сетей и рекламных объявлений.
- Аналогично при обращении из чатов.
- Настройте автоматическую отправку продажи в Google Analytics. Используйте Google Client ID для сопоставления посетителя сайта и клиента в amoCRM для отправки запроса о каждой успешной сделке и бюджета. После этого в Google Analytics появятся широчайшие возможности по отслеживанию и сегментации источников конверсий.
- Настройте интеграцию amoCRM и Яндекс.Метрику, чтобы все конверсии автоматически

фиксировались в метрике. Например с помощью нашего бесплатного виджета amoCRM - Метрика. Для сопоставления пользователей используйте идентификатор посетителя сайта, заданного Яндекс.Метрикой - ClientID.

- Для более комплексного решения используйте готовое решение с колтрекингом, email трекингом, например, сервисы типа ROIStat.

Аналитика работы менеджеров

Используйте встроенные системы аналитики на базе вашего CRM. Анализ звонков, отправленных писем, эффективность обработки заявок, сумма выручки, количество задач и т.д. Находите тех, кто имитирует бурную деятельность, а кто реально работает и приносит прибыль компании.

Аналитика на основе больших данных

Для более глубокой аналитики продаж, клиентов, менеджеров, звонков, писем и т.д. выгружайте сырые данные из amoCRM в БД или, например, в Excel. Затем используйте для визуализации в BI системах, например, Microsoft Power BI. Данные инструменты дают широкие возможности для сегментации данных и показывает графики по нужным срезам.

Нет времени и желания разбираться?

- Обратитесь к профессиональному подрядчику.
- Сэкономьте ваше время и деньги!
- Внедряем amoCRM с 2013 года.

Мгновенный чат с экспертом

+7 (495) 021-44-74

info@comf5.ru

Заказать звонок

команда F5