

Список використаних джерел

1. Про фермерське господарство: Закон України від 19.06.2003 № 973-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/973-15>.
2. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
3. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України щодо стимулювання утворення та діяльності сімейних фермерських господарств: Закон України від 10.07.2018 № 2497-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2497-19>

Загребельна Наталія

Студентка 4 курсу, спеціальності «Туризм242»

Науковий керівник: **Марусей Т.В**

к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
м. Кам'янець-Подільський

CRM-СИСТЕМИ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Стаття присвячена дослідженню взаємодії CRM-систем із туристичним бізнесом. Спрощенню та ефективності роботи системи для турагентів.

Концепція CRM (Customer Relationship Management) означає, що розрізнені інструменти ведення бізнесу об'єднуються в налагоджену систему. Замість таблиць Excel, месенджерів, багатьох документів та біганини по кабінетах залишається один-єдиний сервіс. У нього входять програми для збору даних про клієнтів, управління угодами, контролю за менеджерами, аналітики і прогнозування. Він спрощує рутину, прискорює прийняття правильних рішень і виключає помилки. Існує три CRM-підходи, кожен з яких може бути реалізованим окремо від інших:

Оперативний — автоматизація споживчих бізнес-процесів, що допомагає персоналу з роботи з клієнтами виконувати свої функції.

Співробітницький — програма взаємодії зі споживачами без участі персоналу з роботи з клієнтами.

Аналітичний — аналіз інформації про споживачів із різноманітними цілями.

Можливості:

- Швидкий доступ до актуальної інформації про клієнтів;
- Оперативність обслуговування клієнтів та проведення операцій;
- Формалізація схем взаємодії з клієнтами, автоматизація документообігу;
- Швидке отримання всіх необхідних звітних даних та аналітичної інформації;
- Зниження операційних витрат менеджерів;
- Контроль роботи менеджерів;
- Узгоджена взаємодія між співробітниками і підрозділами.
- Управління бізнес-процесами — дозволяє автоматизувати послідовні операції, які виконуються співробітниками організації;
- Управління контактами, історія взаємодії з клієнтами — це єдина база даних всіх контрагентів компанії (клієнтів, постачальників, конкурентів) з внесеною раніше докладною інформацією про них, про їх співробітників тощо. Система дозволяє здійснювати швидкий пошук важливої інформації про контрагентів, отримувати всю історію зустрічей, переговорів, листування, угод та інше. Це дуже зручний інструмент для швидкої і якісної роботи з величезними масивами інформації про клієнтів. Система автоматично нагадує про необхідність зробити дзвінок, про заплановані зустрічі та інші заходи;
- Планування та управління продажами — CRM дозволяє складати плани за різними показниками (дохід з продажу по менеджерам, відділам, продуктам ...). По історії проектів можна відбудувати воронку продажів, що

дозволяє визначати проблемні зони в циклах продажів. Планування і контроль виконання плану по факту. Є можливість ведення різних прайс-листів (оптових, дрібнооптових, роздрібних), враховувати акційні пропозиції, знижки від обсягу покупки. Вся робота з клієнтом відбувається в одній системі: планування заходів, здійснення угод, підготовка і виписка необхідних звітних документів;

- Планування та управління закупівлями і доставками — в системі менеджери завжди можуть бачити наявність і кількість товарів на складі. Відповідальні співробітники можуть стежити виконанням плану закупівель;

- Управління маркетингом — електронна розсилка, пряма розсилка, sms розсилання. Система дозволяє управляти маркетинговими заходами і визначати їхню результативність. Можливість сегментації наявних в базі клієнтів (діючих і потенційних) за певними параметрами для проведення маркетингових заходів;

- Автоматизація документообігу — в систему можна ввести шаблони будь-яких документів, які використовуються в організації, при цьому зникає необхідність ручного складання нового документа при виникненні події. Швидке автоматичне заповнення шаблонів договорів, які зберігаються в системі. Автоматичне виставлення рахунків і контроль оплати по них через сумісність з Клієнт-банком;

- Можливість роботи через мережу;
- Імпорт контрагентів з інших баз;

Класифікують можливості (модулі) CRM-систем за функціональністю та рівнем обробки інформації. За функціональністю можна згрупувати блоки процесів: маркетинг, обробка заявок та побажань, продажі, сервісне обслуговування. Як окремі складові зазвичай виділяють:

- call-центри — центри обробки вхідних викликів. Спочатку це були телефонні дзвінки, а останнім часом сюди почали включати усі канали взаємодії;

- функції (модулі) обробки інформації:

- оперативна функція — реєстрація та оперативний доступ до первинної інформації за розділами бази даних: Події, Компанії, Проекти, Контакти, Документи тощо;
- аналітична функція — звітність на основі первинних даних і найголовніше — глибокий аналіз інформації у різних розрізах;
- кооперативна функція — організація тісної взаємодії з кінцевими споживачами та клієнтами аж до впливу клієнта на внутрішні процеси компанії (опитування для зміни характеристик продукту чи порядку обслуговування, Web-сторінки для відслідковування клієнтами стану замовлення тощо).

Категорії провадження

Дослідник проблем управління взаємовідносин з клієнтами Джилл Діше виділяє чотири категорії провадження CRM-системи у діяльність підприємств, в залежності від рівня складності:

1. CRM-проект розрахований на один підрозділ підприємства, який реалізується за допомогою внутрішніх ресурсів підприємства;
2. Багатофункціональний CRM для одного підрозділу — складний проект що включає побудову і документування бізнес-процесів, що може включати оцінку складності CRM -системи, визначення ресурсів для її реалізації тощо;
3. CRM-система як єдина функція підприємства для виконання бізнес-завдання, з можливістю використання додатково залучених ресурсів;
4. Багатофункціональна CRM-система розрахована на підприємство в цілому, для вирішення бізнес-функцій та завдань, з використання великої кількості співробітників, ресурсів та технологій.[1]

Переваги використання таких систем:

Єдина база замовників і контрагентів, в якій зберігаються всі дані.

Прозорість і контроль роботи відділу продажів. Відразу зрозуміло, хто за що відповідає і на яких етапах угоди.

Облік і аналіз статистики руху замовлень. Можна швидко визначити, з чиєї вини зірвалося замовлення, проаналізувати причини і зробити висновки.

Спираючись на статистику та аналіз, можна прогнозувати виручку і планувати розвиток підприємства.[2]

В туристичному бізнесі CRM-системи є найкращими та ефективними для роботи.

Переваги і функції використання системи у туристичному бізнесі:

БІЛЬШЕ ПРОДАЖ

Ви будете знати свого клієнта настільки добре, що йому буде зручно і просто співпрацювати з вами. Він із задоволенням буде рекомендувати ваше турагентство своїм близьким.

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Контролювати роботу компанії і приймати рішення стане простіше за рахунок того, що всі етапи бізнес процесів в турагентстві стануть повністю прозорі для вас. допоможе Вам аналізувати успіхи кожного менеджера і планувати обсяг продажу турів

Використовуючи систему, Ви в будь-який момент побачите стан оплати рахунків і фінансове становище компанії

Завдяки системі нагадувань Ви завжди будете пам'ятати про Важливих справах і зустрічах. А планувальник робочого дня допоможе Вам вести свій розклад і переглядати розклад Ваших колег. Завжди підкаже Вам правильні управлінські рішення: яке туристичний напрямок розвивати в першу чергу? в яку рекламу вкладати гроші і в яких містах або країнах відкривати філія

АНАЛІТИКА І ЗВІТИ

Зрозумілі цифри, графіки та діаграми в звітах покажуть Вам, як і куди рухатися далі.

МАРКЕТИНГ

На підставі зібраних даних в системі ви зможете залучити більше туристів. Знаючи і аналізуючи їх переваги можна вибудувати якісні постійні комунікації з ними, і поетапно підводити до покупки турів.

ДОКУМЕНТООБІГ ТУРАГЕНТА

Раз і назавжди позбавить Ваших менеджерів від паперової тяганини, автоматизувавши документообіг на кожному етапі комунікацій. Це дозволить більше концентруватися на роботі з клієнтами.

ЕКСКЛЮЗИВНИЙ СЕРВІС

Всі дані про клієнтів будуть максимально задіяні в роботі, відточуючи і фіксуючи індивідуальну формулу успішного сервісу. Швидке і якісне обслуговування завдяки CRM для туризму допоможе вам закохати в себе клієнта.[3]

Отже, контроль турагентства це досить не просте завдання, з якою вам допоможе впоратися CRM. Повний контроль над процесами починаючи від вхідного дзвінка до вильоту або навіть прильоту туристів. Аналіз роботи кожного окремого менеджера, порівняння ефективності роботи в розрізі офісів і менеджерів, планування показників на наступний місяць - все це і багато іншого вам може запропонувати CRM-системи.

Список використаних джерел

1. https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BC%D0%B8_%D0%B7_%D0%BA%D0%BB%D1%96%D1%94%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%BC%D0%B8
2. <https://crmtravels.com/ru>
3. <https://btbpm.com/t-tour>