

CRM-системы

Павел Фролов

Основатель и продюсер группы компаний «РОББО. Образовательная робототехника»

Здравствуйте! Меня зовут Павел Фролов, я основатель компании ROBBO — это свободная образовательная робототехника. У нас два продукта: франшиза кружков «РОББО-клуб» и «РОББО-классы».

Для того чтобы сеть наших кружков «РОББО-клуб» работала правильно, мы активно применяем CRM-системы. Мне кажется, мы наступили уже на все грабли, на которые только можно было наступить. На примере факапов, которые происходили в нашей сети, я расскажу, как можно управлять клиентскими процессами в кружках и как этому помогают CRM-системы.

Вопросы, которые необходимо решить руководителю

Когда руководитель выбирает CRM-систему, перед ним встают следующие вопросы:

1. Как выбрать CRM-систему?
2. Как интегрировать CRM-систему с остальными системами в кружке?
3. Как смоделировать клиентские процессы кружка внутри CRM-системы?
4. Как обучить (или заставить) сотрудников пользоваться CRM-системой?

Как выбрать CRM-систему

При выборе CRM-системы у вас есть следующие варианты:

1. Написать свою CRM
2. Купить готовый продукт (обычно выбирают между Битрикс24, АМО CRM, Альфа CRM и т. д.)
3. Адаптировать готовый продукт под особенности деятельности кружка — так появилась ROBBO CRM (основана на Альфа CRM)

Наш путь внедрения выглядел следующим образом:

- Сначала мы писали свою CRM-систему

Потратили больше миллиона рублей, заплатили программистам, но в итоге все, что они нам написали, мы выкинули. Так получилось, потому что нам день от дня хотелось все большего от нашей CRM-системы.

Мы активно масштабировались. Когда у нас был всего один кружок, мы более или менее справлялись. Когда мы расширили сеть до масштабов города, стало сложнее, но программисты все же реализовали все наши «хотелки». В рамках города система работала. Но потом мы масштабировались на страну, и стало очень тяжело. Программистам стало сложно понимать, как им оперативно менять систему под наши задачи. Мы фактически увеличили сложность на порядок. Потом возникло еще и масштабирование на другие страны, и сложность системы выросла еще больше, возросла, после чего программисты вообще перестали в разумное время что-либо туда добавлять.

В результате система в некоторые моменты оказывалась неработоспособной, а для бизнеса это критично. CRM-система — это все. Поэтому, после того как мы обожглись на своей CRM-системе, какое-то время мы пользовались Google-таблицами — они позволили нам какое-то время продержаться.

- Параллельно тестировали Битрикс 24, АМО CRM, Альфа CRM

Больше всего нам понравилась Альфа CRM, ниже расскажу почему.

- Создали свою кастомизированную версию на базе Альфа CRM — ROBBO CRM

Фактически это Альфа CRM плюс наши бизнес-процессы, телефония, интеграция с социальными сетями и рекламными кампаниями в интернете.

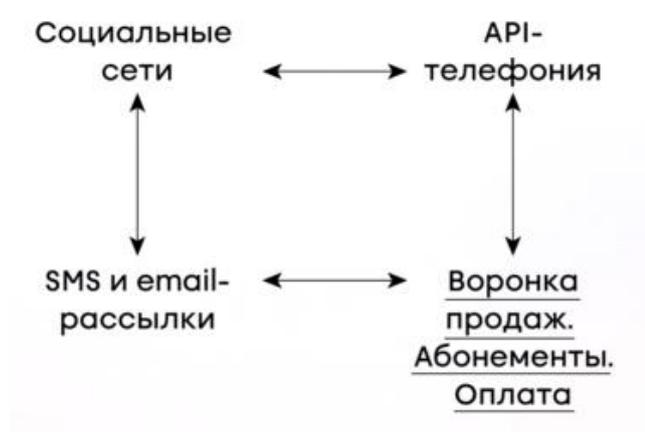
Как интегрировать CRM-систему с остальными системами в кружке

Нам удалось очень здорово оптимизировать свои бизнес-процессы благодаря внедрению Альфа CRM, и оказалось, что нам и не нужно пользоваться другими IT-системами, потому что в Альфа CRM было все. Внешние IT-системы (такие, как социальные сети, API-телефония, SMS- и email-рассылки, воронка продаж) мы просто реализовали средствами Альфа CRM, и в результате у нас получилась ROBBO CRM.

Если все это — интеграцию с соцсетями, телефонией, SMS- и email-рассылками — реализовывать в каком-нибудь Битриксе или АМО CRM, это будет очень долго и дорого. Готовых модулей, которые все это реализуют, на тот момент мы не нашли (хотя сейчас, возможно, они на рынке уже появились).

В любой CRM-системе вы можете достаточно легко оптимизировать воронку продаж. Но потом вам захочется большего. В деятельности кружка после продажи все только начинается. Вам необходимо контролировать посещаемость учеников и преподавателей, выплачивать зарплаты сотрудникам. Будет очень хорошо, если у родителя на сайте будет

личный кабинет, через который он сможет получить уведомление о том, что пора оплатить следующий месяц обучения, и прямо в личном кабинете это и сделать.



В обычных CRM-системах всего этого нет, и писать это с нуля настолько долго и дорого, что я бы на вашем месте и не пытался. Или приготовьте хотя бы 3 миллиона рублей на то, чтобы написать и довести до ума собственную CRM-систему.

Как смоделировать клиентские процессы кружка внутри CRM-системы

В ROVBO CRM, созданной на базе Альфа CRM, мы смогли смоделировать не только воронку продаж, но и клиентские процессы внутри системы. На этапе продажи в первую очередь люди приходят только поинтересоваться. Чтобы они купили ваш продукт, с ними нужно еще поработать: пригласить на родительское собрание, на пробный урок или в летний лагерь. А есть те, кому лучше сразу же продавать. Сегменты разные, поэтому мы много работаем с нашими менеджерами кружков, чтобы они понимали, какому клиенту какой подход нужен, и предлагали им разные виды продуктов.



Как обучить сотрудников пользоваться CRM-системой

Следующий момент, который важен в CRM-системе, — это то, что происходит после продажи. Мы ведем базу клиентов и фиксируем все контакты с клиентами. Контактom является также приход на урок. Если ребенок пришел на урок, значит, все идет хорошо. Если же ребенок не пришел на урок, это очень плохо, потому что, если он пропустил два урока подряд, велика вероятность того, что вы этого ребенка потеряли как клиента. Поэтому вам необходимо работать над тем, чтобы вернуть ребенка в ваш кружок. Вам надо проводить спасательную операцию, чтобы ребенок вернулся: звонить родителям, приглашать их на беседу, предлагать «догоняющие» занятия в индивидуальном режиме и так далее.



Маркетинг важен, когда вы работаете с предварительно заинтересованными людьми, но не менее важно работать и с теми клиентами, которые уже к вам ходят. Перед каждым занятием необходимо прислать клиенту смс с напоминанием об уроке и адресом кружка. Если в кружке каникулы или вы организуете дополнительные активности, информацию о них необходимо доносить по всей клиентской базе. Это хорошо работает через автоматические рассылки (смс, мессенджеры). Но иногда полезно и позвонить «голосом». Зачастую сотрудники предпочитают не звонить голосом, и тогда их надо заставлять звонить. Вам необходимо наладить регламенты так, чтобы в системе отмечалось, что управляющий кружка или старший администратор поговорил с родителем и сказал, что ребенок делает успехи, спросил, что родитель думает о чем-либо, как он видит дальнейшую траекторию развития ребенка.



CRM-система — это не только технологическое решение, но и про информацию, которую вы храните в этой системе, включая запись звонка: как ваши сотрудники разговаривали с родителями, что они им пообещали и как это было выполнено.

ROBBO CRM

ROBBO CRM у нас получилась в том числе потому, что мы совершили очень много факатов. Какие факаты вас ждут, когда вы будете масштабировать свой бизнес?

У вас будет много сотрудников, которые общаются с клиентами в своем режиме, в своем понимании, что правильно, а что нет. Первый и главный факат, который делает любой кружок, — не рассчитывает свои силы.

Цикл записи в кружке сильно зависит от сезона. Основные месяцы, на которые приходится запись — конец августа, сентябрь, начало октября. В это время вам постоянно звонят, к вам приходит множество людей. К этому нужно быть готовым. У вас должно быть достаточно сотрудников, которые отвечают на звонки, телефоны должны быть настроены через API-телефонию и подключены к CRM-системе, включая запись звонков.

Очень важно, чтобы вы и ваша команда выполняли обещания. Когда мы несколько лет назад запускали бизнес, сплошь и рядом возникали такие ситуации, когда к нам приходили разгневанные родители и говорили: «Вы обещали перезвонить завтра в 17:00 и не перезвонили» или «Вы сказали, что группа запустится в следующий понедельник, она не запустилась, а нас об этом не предупредили». Самый вопиющий случай — когда преподаватель не пришел на урок, а группа сидит и ждет его.

Для того чтобы эти неприятные моменты исключить, CRM-система должна все автоматизировать. Преподаватель должен видеть свое расписание, родители должны видеть свое расписание. После того как клиент сообщил, что хочет с вами работать, он должен попасть в CRM-систему и получить доступ в личный кабинет. Тогда вам будет гораздо проще его автоматически информировать, если поменяется расписание, что-то случится с помещением и вы не сможете начать в оговоренные сроки. Бывает так, что группа набралась не полностью и вы не начинаете, чтобы не работать себе в убыток. CRM-система позволяет все эти вопросы решить.

Еще одна вещь, которую у нас получилось хорошо сделать на базе ROBBO CRM — интеграция с соцсетями. Огромное количество людей желает общаться с вами через личные сообщения во «ВКонтакте». Когда у вас сеть кружков или даже один кружок и несколько человек, очень сложно качественно обеспечить выполнение обещаний, которые были сделаны в соцсетях. Поэтому вся личная переписка с клиентом во «ВКонтакте» должна отображаться в CRM-системе, чтобы, открыв карточку клиента, вы всегда видели, что ваша команда ему пообещала.



Свои обещания надо выполнять, чтобы клиенты были счастливы и рекомендовали вас другим.

В ROBBO-клубе есть также служба заботы, которая помогает нашим франчайзи достигать высоких результатов за счет того, что наши менеджеры мониторят CRM-системы партнеров и дают им ценные советы, подкрепленные опытом, о том, что делать, чтобы клиенты были счастливы и кружки приносили максимальную прибыль.

Итак, как избежать рисков и сосредоточиться на масштабировании бизнеса? Очень просто: не нужно изобретать велосипед, а лучше взять уже готовое, проверенное решение, которое позволит вам избежать факапов и максимизировать прибыль.

Буду рад продолжить общение с вами в соцсетях или по телефону. До новых встреч!