



Внедрение SalesLogix Banking в НОМОС-БАНКе

Содержание:

[Что подтолкнуло НОМОС-БАНК к внедрению CRM-системы SalesLogix](#)

[Цели проекта](#)

[Критерии выбора исполнителя](#)

[Ход проекта](#)

[Проблемы, возникавшие в ходе внедрения CRM-системы](#)

[Результаты внедрения CRM-системы](#)

[Реакция и отзывы](#)

[Перспективы развития CRM-системы](#)

Акционерный инвестиционно-коммерческий банк «Новая Москва» ([НОМОС-БАНК](#)), представляет собой многопрофильный клиентский банк, который более 10 лет оказывает комплекс услуг юридическим и физическим лицам на российском и международном финансовых рынках. НОМОС-БАНК находится в числе 20 крупнейших российских банков по размерам собственного капитала и активов, а также в «тройке» крупнейших операторов на отечественном рынке драгоценных металлов. НОМОС-БАНК входит в список тысячи крупнейших банков мира TOP-1000 журнала The Banker, занимая 903-ю позицию, а также 20-ю — среди крупнейших банков Центральной и Восточной Европы.

Банк имеет филиалы в столице и крупнейших промышленных центрах России, отделения в Москве и Московской области, доп.офисы в Санкт-Петербурге, Новосибирске, представительство в Великом Новгороде. В число клиентов НОМОС-БАНКа входит около 50 тысяч физических и более 6 тысяч юридических лиц из 66 регионов России.

Что подтолкнуло НОМОС-БАНК к внедрению CRM-системы SalesLogix

Устойчивый ежегодный рост активов, капитала и кредитного портфеля НОМОС-БАНКа диктовал необходимость создания серьезной технологической инфраструктуры для повышения эффективности управления взаимоотношениями с клиентами.

НОМОС-БАНК всегда рассматривал как одну из важнейших задач развитие двусторонних контактов со своими клиентами, в том числе посредством каналов технической связи — телефона и интернета. Однако контакты фиксировались в разрозненных папках и ежедневниках клиентских менеджеров. С ростом бизнеса возникла потребность в инструменте, благодаря которому значимый телефонный звонок, письмо, отзыв о проведенной встрече или отклик на почтовую рассылку сохранялись бы в карточке клиента.

Другой задачей в этой области являлась необходимость предоставить руководителям возможность самостоятельно работать с корпоративными данными в режиме «он-лайн», при этом постепенно отказываясь от бумажных отчетов (полностью полагаясь на подготовивших их сотрудников). Известно, что неактуальная или неполная управленческая информация повышает риск принятия неверных решений.

Более того, с укрупнением организационной структуры НОМОС-БАНКа, более сложной и длинной стала и сама цепочка согласований многих решений. Для повышения оперативности принятия решений и реакции на изменения среды, было необходимо организовать сбор и обмен данными между структурными подразделениями банка в режиме, приближенном к реальному времени.

Поскольку НОМОС-БАНК предлагает своим клиентам не только набор стандартных услуг, но и выполняет их индивидуальные запросы, то на первое место вышли задачи:

- структурирования «делового диалога» на основе текущей и потенциальной доходности каждого клиента;

- консолидации клиентских данных, накопленных в различных программах, для организации клиентской работы «на опережение» и предвосхищения ожиданий клиентов по условиям обслуживания;
- сегментации всей клиентской базы для оптимизации предложений по банковскому обслуживанию.

Иными словами, возникла потребность в современной технологии, позволяющей:

- интегрировать клиентские данные (и постоянно пополнять историю развития взаимоотношений с клиентами), в любой момент времени тщательно их анализировать и принимать управленческие решения, основанные на фактах;
- руководителям клиентских подразделений формировать стандартные отчеты по новым и действующим клиентам, завершенным и текущим сделкам, банковским продуктам, активности менеджеров;
- оценивать и прогнозировать эффективность каждой операции на основе детальных данных.

Цели проекта

Ключевым звеном реализации клиент-ориентированной стратегии НОМОС-БАНКа стало внедрение системы управления клиентскими отношениями (CRM) со следующими целями:

- Обеспечить прозрачность процесса реализации банковских услуг и его управляемость;
- Повысить объективность оценки работы клиентских менеджеров для своевременного выявления проблем в процессах и конкурентоспособности «продуктового портфеля»;
- Создать единое информационное пространство, обеспечив клиентских менеджеров возможностью анализа эффективности индивидуализированной работы с клиентами и оптимизации условий и предложений по банковскому обслуживанию;
- Расширить возможности сотрудников банка по накоплению, обработке и анализу информации, получаемой в процессе их деловой активности;
- Создать условия для повышения экономичности и эффективности операций при работе с клиентами и внутренними службами банка.

Критерии выбора исполнителя

В результате тщательного анализа CRM-систем и проведенного внутреннего тендера НОМОС-БАНК остановил выбор на отраслевом банковском решении SalesLogix Banking, разработанном компанией [«ФБ Консалт»](#). При выборе решения ключевую роль сыграло то, что продукт:

- полностью локализован и адаптирован под специфику российского банковского бизнеса;
- дополнен требуемым функционалом высокой степени готовности;
- не имеет ограничений на интеграцию с любыми смежными или узкоспециализированными приложениями и программными продуктами других производителей;
- команда внедренцев обладает должной квалификацией, опытом и численностью.

Положительные отзывы клиентов, уже внедривших SalesLogix Banking от «ФБ Консалт», окончательно «перевесили чашу весов» в его пользу.

Ход проекта

Внедрение SalesLogix Banking было решено вести поэтапно. Первый этап («пилот») потребовал три месяца работы с мая по август 2003 г. В его рамках специалисты «ФБ Консалт» провели бизнес-консалтинг, настроили CRM под существующие в банке

бизнес-процессы, импортировали информацию по клиентам из автоматизированных систем банка, провели обучение специалистов и произвели пуско-наладку комплекса программно-аппаратных средств в центральном офисе в Москве.

В ходе второго этапа (с середины октября до середины декабря 2003 г.) специалисты «ФБ Консалт» успешно решили задачу интеграции данных банковских систем и SalesLogix, а также произвели пуско-наладку системы в филиале НОМОС-БАНКа в Санкт-Петербурге и его допотофисах.

В настоящее время готовится план дальнейшего расширения проекта внедрения CRM SalesLogix в НОМОС-БАНКе.

Проблемы, возникавшие в ходе внедрения CRM-системы

Внедрение SalesLogix потребовало пересмотра бизнес-правил в клиентских подразделениях. В этом смысле основную проблему представляло внедрение «формализмов» в практическую работу менеджеров с массивом всевозможных данных о клиентах. С вводом в эксплуатацию SalesLogix правила работы были изменены, и теперь каждый менеджер руководствуется в своей работе регламентом, который предусматривает обязательное внесение определенных клиентских данных в «правильное место и в правильное время».

Процесс реализации банковских продуктов также претерпел изменения: по рекомендациям «ФБ Консалт» процесс был описан определенной логической последовательностью действий, включая и отражение этапов/шагов сделки менеджерами в системе.

Для успешной синхронизации данных с центральным сервером банка было необходимо расширить канал связи между Москвой и Санкт-Петербургом. Данная задача не представляла особой сложности, однако отняла определенное количество ресурсов, из-за чего пришлось перераспределить очередность работ в рамках проекта, чтобы выполнить все поставленные задачи в отведенный для внедрения срок.

Результаты внедрения CRM-системы

В CRM-системе SalesLogix сейчас ежедневно работает более 30 сотрудников продающих подразделений НОМОС-БАНКа в Москве и Санкт-Петербурге.

ИТ-служба:

- сформировала единое пространство «клиентской» информации за счет импорта «клиентских» данных из различных источников и последующей интеграции SalesLogix с ИТ-системами Банка;
- обеспечила замкнутый цикл управления продажами, включая фазы прогнозирования продаж, стратегического и тактического планирования, ведения и оперативного контроля продаж;
- провела обучение сотрудников практике эффективного применения CRM-технологий.

Клиентские менеджеры:

- существенно повысили скорость и объём выполняемых работ за счет автоматизации (встроенные шаблоны писем и документов; корпоративные данные, содержащиеся в системе, и т.д.);
- усилили преемственность в работе с клиентами. Конечно, она существовала и ранее, но времени, которое требовалось менеджеру для знакомства с ситуацией клиента во время отпуска или командировки коллеги, тратилось несоизмеримо больше. Теперь же достаточно открыть несколько «закладок» в SalesLogix — и все действия клиента и банка появляются, как на ладони, а скорость реакции на просьбы клиента значительно сокращается;
- стали эффективнее управлять рентабельностью предоставляемых услуг, так как полная информация в системе по каждой сделке, позволяет прогнозировать объём продаж в любой момент времени.

Руководство НОМОС-БАНКа:

- получило возможность более эффективно контролировать действия клиентских менеджеров (благодаря возросшей прозрачности процесса реализации банковских продуктов и услуг) и оперативно оказывать им в случае необходимости помощь, в частности, при сложных сделках ускорять процесс всевозможных внутренних согласований;
- стало менее зависимо от «экспертных мнений» клиентских менеджеров, самостоятельно получая необходимые данные из системы в любой момент времени;
- оптимизировало вовлечение управляющего состава в реализацию стратегии развития банка на базе информационных технологий.

Реакция и отзывы

«Внедряя SalesLogix, мы ставили своей целью облегчить связь банка с клиентом и клиента с банком, расширить наши возможности по накоплению, обработке и анализу информации, получаемой в процессе ведения продаж. Благодаря CRM-системе, информация о состоянии взаимоотношений с клиентами становится более доступной. Эта информация даёт возможность проанализировать эффективность индивидуальной работы с каждым из клиентов и максимально оптимизировать банковское обслуживание.

Пожалуй, самой большой выгодой внедрения CRM-системы стал образовавшийся «двухсторонний контактный интерфейс» между нашими клиентами и банком. По сути, SalesLogix для нас — это система-коммуникатор, с её помощью мы лучше знаем, где встретиться со своим клиентом в широком смысле. Благодаря такому укреплению обратной связи наши клиенты почувствовали, что банк стал для них более доступным и отзывчивым». (О.Г. Семенов, Директор департамента информационных технологий НОМОС-БАНКа).

Перспективы развития CRM-системы

В настоящее время разработан план работ по развитию системы на 2004 год, в котором предусматривается распространение CRM-системы на службу рекламы и связей с общественностью, казначейство, а также интеграция SalesLogix с Call Center. Все работы будут проводиться совместно со специалистами компании «ФБ Консалт». «Мы убедились в том, что эта квалифицированная команда ориентирована только на отличный результат и способна ответственно и качественно решать проблемы CRM-внедрения любой сложности» (К.В. Меденцев, Начальник управления банковских технологий НОМОС-БАНКа).

О компании-исполнителе:

«ФБ Консалт» — структурное подразделение ОАО **«ФПК «Формула Безопасности»**, официальный бизнес-партнёр компании **Sage CRM Solutions Ltd**, специализирующийся на CRM-продуктах этой международной компании и отмеченный наградой **«За выдающиеся достижения»** в масштабе рынка EMEA за 2003 г.

Направление деятельности «ФБ Консалт» — создание интеллектуального капитала на основе систем управления клиентскими отношениями (CRM). Услуги предусматривают сквозное вертикальное CRM-внедрение, включающее бизнес-консалтинг, управление проектом, настройку CRM-системы по требованию Заказчика, обучение пользователей и администраторов системы, техническую поддержку, гарантийное и послегарантийное сопровождение.

«ФБ Консалт» отличается стратегия близости к клиенту, обеспечивающая внедрение CRM-систем под ключ; предоставление всех сервисов из одних рук; надежность ведения дел; профессиональный штат сотрудников, имеющих большой практический опыт постановки продаж и управления ими в крупных международных и российских организациях, фундаментальную теоретическую подготовку, подтвержденную учёными степенями и дипломами MBA, а также собственные разработки в области методологии продаж и управления клиентским бизнесом. Дополнительная информация на сайте www.fbconsult.ru, а также по телефону/факсу +7 (095) 777-28-78 или email: fbconsult@fbgroup.ru.