



# Управление продажами

Решение проблем растущего бизнеса с помощью  
Symbioz ERPМ

1. Введение
2. Клиенты
3. Запросы (Leads)
4. Переговоры (Opportunities)
5. Предложение цен (Quotations)
6. Заказ продаж (Sales Order)
7. Итоги

## 1. Введение

**Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM, CRM-система, сокращение от англ. Customer Relationship Management)** — прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

Как мы видим в самом названии заложен большой смысл. Customer – клиент, покупатель; Relationship – отношения; Management – менеджмент. То есть это управление отношениями с клиентами. Если у вас один клиент и один продукт - CRM вам не нужна, но при наличии большого количества клиентов, большого ассортимента продукции и нескольких менеджеров ситуация становится критичной и наступает хаос. CRM помогает вашему бизнесу упорядочить этот процесс

### **Какие задачи поможет решить внедрение CRM?**

- Получить стандартизированную базу контактов;
- Регистрация всех звонков и упорядочивание информации о них в системе, что помогает не терять информацию;
- Осуществлять контроль качества работы отдела продаж;
- Информация о клиентах не будет теряться в случае увольнения менеджера.
- Получить аналитику и статистику эффективности работы с лидами;
- Планировать дальнейшую работу.

## Какие же бывают виды CRM систем?

С самым простым видом знакомы все – это обычная электронная таблица, то есть Excel. На первых порах этого может быть и достаточно, пока не закончатся ячейки :) Дальнейшим этапом эволюции являются mini CRM, которые как правило бесплатные либо недорогие, и помогают решать необходимые задачи. Но наступает период, когда их становится мало и

появляется необходимость применения полноценных CRM/ERP систем, которые кроме продаж захватывают и другие участки вашей деятельности: закупки, финансы или склад.

Говоря про CRM, нельзя не упомянуть про «Воронку продаж». Если кратко, то эта концепция символизирует путь, который проходит среднестатистический клиент от момента, когда ваш продукт привлек его внимание и до момента покупки.

### Она помогает понять:

- Сколько вам необходимо посетителей в общем для того, чтобы сделать необходимое число продаж;
- Сколько клиентов/пользователей отсеивается на каждом этапе воронки, и какая их часть переходит на следующий этап. Это поможет понять, где именно находятся слабые места вашего бизнеса.

## 2. Клиенты

Знакомство с CRM мы начнем с управления информации о клиентах.

Перейдя в пункт меню: **Продажи/продажи /Клиенты**, мы попадем в список наших клиентов, которые были созданы в системе. Над списком клиентов есть панель поиска, которая поможет вам найти необходимого контрагента.

Нам доступна сортировка клиентов по разным параметрам и видно, что уже стоит фильтр по клиентам. Если этот фильтр убрать, то перед нами появится список всех контрагентов, включая поставщиков. Для того, чтобы система понимала, что наш контрагент клиент, надо поставить соответствующую галочку в карточке партнера.

Карточка содержит всю необходимую информацию, начиная от контактов и заканчивая внесением данных необходимых для ведения бухгалтерского учета.

Кроме того, вы можете присвоить каждому клиенту категорию или тег и таким образом сделать дополнительную классификацию ваших клиентов. Например, если вы приняли решение разделить своих клиентов по статусу: бронзовый партнер, серебрянный партнер. Этот инструмент позволит вам это сделать.

Для того чтобы создать или просто посмотреть список категорий вам нужно перейти по адресу:

**Продажи/настройка/адресная книга/теги партнера (Sales > Configuration > Address Book > Partner Tags).**

Поскольку категории могут быть организованы в соответствии с древовидной структурой, вы можете применить действие на любом уровне структуры: например, продвижение рекламы может применяться либо ко всем клиентам, либо выборочно только для клиентов в одной категории и ее подкатегории

🏠 ★ Клиенты







🔍 Клиенты x

Создать

Фильтры: Мои контрагенты | Люди | Компании | **Клиенты** | Поставщики | Доступно для массовой рассылки

Группировать по: Продавец | Компания | Страна | Ответственный за напоминания | Следующий уровень

Напоминание: Контрагенты с просроченными платежами | Последующие действия | Нет ответственного | Мои напоминания

 <p><b>Automouse</b> 1 Встречи 1 Продажи</p>	 <p><b>BASF</b> 1 Предложения 4 Продажи Германия olukutin@gmail.com</p>	 <p><b>Disaster</b> 2 Продажи Украина</p>
 <p><b>ShipWorld</b> 8 Продажи</p>	 <p><b>Silver сайт джинсові вироби</b> 12 Продажи м.Київ, Украина</p>	 <p>test</p>

*Рис. 1 Список клиентов*

### 3. Запросы (Leads)

Перейдем теперь к следующему пункту меню "Запросы" (Leads). Здесь у нас находится наша база **Лидов/Запросов**.

**Лид** – это самый «холодный контакт», зацепка, которая может стать клиентом, а может и не стать. Это может быть email, номер телефона, даже какое-то событие: все, что может послужить источником для ваших менеджеров по продажам; все, за что можно «зацепиться», чтобы в будущем получить клиента. Лид может попасть в систему разными способами. Самый

The image shows a screenshot of a CRM system's lead form. At the top, there is a breadcrumb trail: "База лидов/з... / Новый". Below this, there are two buttons: "Сохранить" (Save) and "Отказаться" (Cancel). A secondary bar contains "Преобразовать в предложение" (Convert to offer), "Конвертировать в Запрос на изменение" (Convert to request for change), and "Новый" (New) buttons. The form itself is divided into two columns. The left column includes fields for "Имя компании" (Company name), "Клиент" (Client), "Адрес" (Address) with sub-fields for "Улица..." (Street...), "Город" (City), "Состояние" (State), and "Страна" (Country), "Продавец" (Salesperson) set to "Administrator", "Отдел продаж" (Sales department) set to "Website Sales", and "Обострить" (Escalate). The right column includes "Имя контакта" (Contact name) with a dropdown menu, "Email", "Функция" (Function), "Телефон" (Phone), "Мобильный телефон" (Mobile phone), "Факс" (Fax), "Приоритет" (Priority) with a star rating, and "Теги" (Tags). On the right side of the form, there are two utility buttons: "График/Журнал Звонки" (Call schedule/journal) and "0 Actions". At the bottom, there are tabs for "Внутренние примечания" (Internal notes), "Доп. инфо." (Additional info.), "Ожидаемый продукт" (Expected product), and "Маркетинг" (Marketing).

**Рис. 2 Информационная форма лида**

элементарный - занести его в систему вручную. Для этого надо нажать кнопку "Создать". Перед нами появится форма, куда можно занести контактную информацию лида, установить приоритет контакта и зафиксировать прочую полезную информацию.

Более детально о ручном заполнении данной формы смотрите на видео ниже:

<https://www.youtube.com/watch?v=FFT61tH-ul&feature=youtu.be>

Также, у вас есть возможность импортировать данные с помощью CSV Файла. Для этого нужно нажать кнопку "Импорт", которая находится возле кнопки "Создать".

Кроме того, запрос может создаваться автоматически при совершении определенных действий, например, звонка клиента, все зависит от того, как вы настроите систему.

Запрос, после его, внесения можно преобразовать в предложение (переговоры), которые являются следующей стадией. Если же запрос не получает дальнейшего развития, то его можно перевести в статус "Мертвый" или "Закрото", что будет свидетельствовать, о том, что он не получил дальнейшего развития. Совершенно естественно, что некоторые запросы не получают дальнейшего развития.

#### 4. Переговоры (Opportunities)

Стадия переговоров будет являться второй стадией вашей воронки продаж. Часть запросов отсеялась и "горлышко" нашей воронки начинает постепенно сужаться.

Переговоры можно создать и вручную, для этого перейдите в **Продажи/Продажи/Переговоры (Sales/Sales/Opportunities)**.



База переговоров

Создать или [Добавить новый столбец](#)

Фильтры: Новый, Выиграна, Проиграно, Мои переговоры, Не назначенный, Новое письмо

Группировать по: Продавец, Отдел продаж, Страна, Этап, Кампания, Канал, Источник, Месяц создания, Ожидаемое закрытие

Новый Ожидаемая выручка: 0.00	Уточнение Ожидаемая выручка: 234'000.00	Переговоры Ожидаемая выручка: 1.00	Замеры и проект Ожидаемая выручка: 600'000.00	Предложение Ожидаемая выручка: 0.00	2 Выиграна	0 Проиграно
впраори орл ★★★★★ IT	Запрос клиента на продажу - 234'000.00 UAH BASF ★★★★★ IT	Звонок по телефону входящий - надо вертолёт - 1.00 UAH Shipman ★★★★★ IT	Запрос на вертолёт с лэндинга - 600'000.00 UAH Shipman ★★★★★ IT	333 ★★★★★ IT		
авывавыаа ★★★★★ IT						

**Рис. 3 База переговоров**

База переговоров... / Запрос клиента на продажу

Изменить Создать Вложения Еще 5 / 8

Отметить "Выиграна" Отметить "Проиграна" Преобразовать в предложение цен Конвертировать в Запрос на изменение Новый Уточнение Переговоры Предложение Еще

### Запрос клиента на продажу

Total Revenue from BR  
0.00 грн.

Ожидаемая выручка  
234'000.00 грн. в 20 %

Клиент  
BASF

Email  
olukutin@gmail.com

Телефон

Продавец  
Administrator

Отдел продаж  
Прямые продажи

Обострить

Следующее действие

Ожидаемое закрытие

Приоритет  
☆☆☆☆

Теги

График/Журнал Звонки 0 Встречи Бизнес-требования 0 Quotations 4 Заказы продаж 0 Actions

Внутренние примечания Кандидат Ожидаемый продукт Бизнес-требования Маркетинг

**Рис. 4 Карточка переговоров**

При нажатии кнопки "Еще" в самом верху окна перед вами появится список дополнительных возможностей. Здесь вы сможете удалить переговоры из системы, продублировать их или сделать отметку про то, что переговоры потеряны.

Переговоры можно перевести в другой статус: «выиграны», «проиграны» либо преобразовать в предложение цен. Для этого вверху окна у нас есть соответствующие кнопки.

В правом верхнем углу находятся окошки, которые позволяют перейти во связанные документы с этими переговорами. Мы, например, можем посмотреть **"Заказы продаж"** которые были сформированы на основании этих переговоров либо какие у нас происходили встречи. Так же есть возможность фиксировать звонки, которые поступили от клиентов. Для этого необходимо нажать **График/Журнал** звонки. Все зафиксированные в системе звонки можно увидеть в отдельном пункте меню: **Продажи/телефонные звонки**. Телефонный звонок можно преобразовать в переговоры и таким образом зафиксировать следующую стадию.

Более детально о переговорах смотрите на видео ниже:

<https://www.youtube.com/watch?v=clAu0Aezw4c&feature=youtu.be>

## 5. Предложение цен (Quotations)

Если переговоры прошли успешно, то следующим логическим шагом есть выставление коммерческого предложения клиенту, который в системе называется **Предложение цен**. Для этого в переговорах следует нажать кнопку "Преобразовать в предложение цен".

База перегов... / Заказ услуг о... / S0022

Сохранить или Отказаться

Отправить по Email Печать Подтвердить продажу Отменить предложение цен Создать предложение цен Черновик предложения цен Предложение цен отправлено Заказ на продажу Выполнено

### Предложение цен S0022

Клиент: Екохаус

Дата: 03.09.2017 18:09:58

Адрес выставочная счета: Екохаус

Справка/Описание:

Адрес доставки: Екохаус

Склад: Склад Киев

Контракт / Аналитический:

Пройскот: Розниця для України (ІАН)

Next action:

Next action date:

Позиции заказа Прочая информация Информация о доставке

Товар	Описание	Количество	Единица измерения	Цена единицы	Себестоимость	Налог	Сендзя (%)	Подлог
[1] Ноутбук ASUS	[1] Ноутбук ASUS	1.000	шт.	15'000.00	12'000.00		0.00	

Добавить

Рис. 5 Форма «Предложение цен»

Предложение цен также можно создать отдельно, для этого надо перейти в пункт меню: **Продажи/продажи/предложение цен**.

Здесь мы уже заполняем с какого склада будет отправлен заказ, какой прайс-лист применить и более детальная информация о номенклатуре заказа. В правой верхней строке мы можем увидеть на какой стадии находится наше ценовое предложение. После его сохранения мы его можем отправить по e-mail нашему заказчику и после подтверждения со стороны заказчика преобразовать в «Заказ продаж».

На вкладке "прочая информация" вы можете заполнить дополнительную информацию: например, на основании чего должен быть сгенерирован счет на оплату покупателю: на основании заказа продаж или складского перемещения.

<https://www.youtube.com/watch?v=knO8DjPxSnk&feature=youtu.be>

## 6. **Заказ продаж (Sales Order)**

Финальным аккордом продаж в системе является формирование "Заказа продаж", который может быть сформирован несколькими способами. Первый способ: сформировать из предложения цен, для это в нем нажмите кнопку **"Подтвердить продажу"**. Второй способ: зайдите в меню **Продажи/продажи/заказы продаж и создайте новый документ**.

Этот документ уже будет представлять интерес для бухгалтерии. На основании него генерируется складское перемещение, что свидетельствует об отгрузке товара со склада либо генерируется инвойс, на основании которого нам будет платить заказчик. Эти документы в системе уже делают бухгалтерские проводки и свидетельствуют о факте совершения хоз. операции.

Заказы прод... / S0022

Изменить Создать Печать Вложения Еще 1 / 15

Просмотреть счет | Просмотреть заказ доставки | Просмотр ТТН | Создать предложение цен

Черновики предложения цен | Предложения цен отправлено | Заказ на продажу | **Выполнено**

### Заказ на продажу S0022

Клиент: Екохаус, вул.Вилхуська, буд. 2-А, офіс 2, м. Київ 03187, Украина

Дата: 03.09.2017 18:09:58

Справка/Отказание

Адрес выставления счета: Екохаус

Склад: Склад, Киев

Адрес доставки: Екохаус

Привалент: Рооніца для України (UAN)

Контракт / Аналитический

Next action

Next action date

Позиции заказа | Прочая информация | Информация о доставке

Товар	Описание	Количество	Единица измерения	Цена единицы	Себестоимость	Налог	Доход (%)	Подитог
[1] Ноутбук ASUS	[1] Ноутбук ASUS	1,000	шт.	15000.00	12000.00		0.00	15000.00

**Рис. 6 Заказ на продажу**

При нажатии кнопки "Просмотреть счет" мы откроем инвойс, который автоматически сгенерируется в системе, для просмотра складского передвижения необходимо нажать кнопку "посмотреть заказ доставки".

<https://www.youtube.com/watch?v=-v7H4DHny4w&feature=youtu.be>

## 7. Итоги

Мы рассмотрели только самый базовый функционал CRM ODOO, но как вы уже убедились это действительно мощная система, которая сможет удовлетворить потребности любого бизнеса. Мы не затронули тему договоров, которая является достаточно обширной и заслуживает отдельного разговора. Единственное, что хочется отметить понятие договора в Odoо несколько отличается от того, что мы себе представляем, но в лучшую сторону. Мы также не затронули вопрос заполнения карточки контрагента, работу с претензиями и много других нюансов.

Будем рады ответить на все  
Ваши вопросы!

E-mail: [lead@simbioz.ua](mailto:lead@simbioz.ua)

[www.simbioz.ua](http://www.simbioz.ua)

