

## Облачная CRM-система на базе Microsoft Dynamics 365

<b>Заказчик</b>	TUI Россия (ООО «ТТ-Трэвел»)
<b>Руководитель проекта со стороны заказчика</b>	Тимур Рагимов
<b>ИТ-поставщик</b>	GMCS
<b>Год завершения проекта</b>	2020
<b>Сроки выполнения проекта</b>	Декабрь 2019 – ноябрь 2020
<b>Масштаб проекта</b>	160 автоматизированных рабочих мест
<b>Цели</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Повышение качества и сокращение сроков обслуживания клиентов благодаря: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Единому источнику клиентских данных</li> <li>- Единому профилю клиента (сводная информация о клиенте и коммуникаций с ним из разных систем)</li> <li>- Расширенным возможностям для сегментирования клиентской базы и создания целевого предложения</li> <li>- Контролю воронки продаж и исполнения плана продаж в каждый момент времени</li> <li>- Контролю SLA и выявлению узких мест</li> </ul> </li> <li>2. Повышение эффективности и удобства работы специалистов благодаря: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Функциональному автоматизированному рабочему месту оператора колл-центра</li> <li>- Упрощению коммуникаций между подразделениями в рамках одного функционального блока</li> </ul> </li> <li>3. Повышение прозрачности бизнес-процессов благодаря: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Автоматическому сбору отчетности из нескольких систем</li> <li>- Доступу к данным из любой точки из защищенного облака</li> </ul> </li> </ol>
<b>Уникальность проекта</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Антикризисный инструмент управления Туристическая отрасль сильно пострадала от пандемии. CRM-система является своевременным антикризисным инструментом.</li> <li>2. Принципы «экономики впечатлений» В системе реализованы принципы «экономики впечатлений»– высокий уровень обслуживания,</li> </ol>

	<p>индивидуальный подход и прогнозирование потребностей клиента на основе истории взаимодействия с ним.</p> <p>3. Абсолютная прозрачность процессов Система позволяет отследить историю продажи вплоть до конкретного менеджера.</p> <p>4. Широкие аналитические возможности Для нас критически важно понимать, из каких каналов приходят лиды, как они конвертируются в продажи.</p> <p>5. Сложная архитектура решения Это обусловлено спецификой отрасли. Реализована интеграция с шестью внутренними и внешними системами.</p> <p>6. Гибкие подходы к разработке В разработке использовались инструменты Microsoft Power Platform – Power Automate - позволило сократить сроки интеграции, и Common Data Service – анализ работы пользователей и ошибок сервисов.</p>
<p><b>Использованное ПО</b></p>	<p>Microsoft Dynamics 365 Customer Engagement on-line Power Apps Power Platform Visual Studio 2015, 2019 Visual Studio Code SQL Server Management Studio 2017</p>
<p><b>Сложность реализации</b></p>	<p>1. Пандемия и непредсказуемость Решение о внедрении новой CRM-системы было принято до пандемии COVID-19, но активная фаза реализации проекта выпала как раз на период самоизоляции и социальных ограничений. Благодаря усилиям совместной команды проекта, а также поддержки со стороны топ-менеджмента, все этапы были реализованы в установленные сроки.</p> <p>2. Технические плюшки, которых нам не хватило Это скорее не сложности реализации, а те моменты, которые стали заметны уже в период использования системы. Система, например, не умеет считать конверсию в коробочной версии продукта. Есть возможность визуализировать воронку продаж, но вот посчитать конверсию нельзя. Отсутствие интерфейса по аудиту. Система прекрасно отслеживает и показывает, что и в какой момент времени с ней происходит, но хотелось бы, конечно, наглядно видеть результаты аудита в виде отчетов. А их нет.</p> <p>Ошибки для российского рынка связанные с разным отсчетом начала недели</p>

<b>Описание проекта</b>	<p>TUI Россия перешла на облачную корпоративную CRM-систему для поддержания цифровой стратегии развития, реализуемой в условиях трансформации компании и туристической отрасли в целом.</p> <p>На момент начала проекта в компании не было CRM в классическом понимании. Работа велась в нескольких разрозненных системах, не было единого источника информации. Выбор платформы Microsoft Dynamics 365 был поддержан со стороны собственников компании.</p> <p>Проект был реализован за 5 месяцев. Чтобы запуститься в поставленные сроки использовался стандартный функционал Dynamics 365. Начали со сбора данных о клиентах в единой SQL-базе, с последующей дедубликацией, которую затем передали подрядчику проекта (GMCS).</p> <p>В целом в системе на текущий момент автоматизированы следующие ключевые бизнес-процессы:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Обработка входящих звонков (контакт-центр)</li><li>• Обслуживание клиентов (служба TUI24)</li><li>• Обработка брошенных корзин</li><li>• Обработка обращений через омниканальную платформу из различных мессенджеров и соц. сетей</li><li>• Обработка бронирования на сайте</li><li>• Продажа тура</li><li>• Продажа дополнительных услуг</li><li>• Оповещения клиента о предстоящем туре</li><li>• Контроль процессов продажи и обслуживания, в т.ч. SLA.</li></ul> <p>Сторонние системы интегрированы с Dynamics 365 с помощью Power Automate – сайт, телефония, маркетинговая платформа, омниканальная платформа, sms-шлюз и т.п.</p> <p>Единое окно оператора контакт-центра – отдельное приложение, реализованное с использованием наработок, которые предложил интегратор. В момент поступления звонка автоматически поднимается карточка клиента, со всей историей взаимодействия. Оператор может перевести клиента к агенту, у которого тот приобретал тур, переадресовать звонок в техническую поддержку или же оказать необходимую консультацию.</p> <p>Летом 2020 года было проведено обучение сотрудников, а уже в августе началась работа в новой CRM-системе. С</p>
-------------------------	---

	<p>первых дней это была настоящая революция в сознании и восприятии того, как было до и стало после.</p> <p>Сейчас мы работаем над интеграцией Dynamics 365 с маркетинговым модулем, который в силу внутренних причин реализован в другой системе. Однако в процессе реализации проекта мы пришли к пониманию, что вполне были бы готовы использовать функционал Dynamics 365 для управления маркетингом – вести все процессы в одной системе гораздо удобнее.</p> <p>Несмотря на проделанный значительный объем работы проект не закончился – впереди много интересных задач. Во-первых, предстоит кастомизировать систему для использования во франчайзинговой сети TUI Россия. Функционал будет представлен в усеченном виде, но у франчайзи будут все нужные инструменты для эффективной работы.</p> <p>Также мы планируем использовать систему на международных рынках, на которых работает TUI.</p>
<b>География проекта</b>	Центральный офис TUI Россия в Москве
<b>Дополнительные презентации</b>	Добавить презентацию с Dynamics Saturday