

Центр компетенции Microsoft — департамент Группы компаний CSBI, предоставляющий услуги разработки, внедрения и технической поддержки решений на базе продуктов корпорации Microsoft.

CSBI Group:

20 лет

работы на рынке

↑5000

проектов

2011 г.

создан Центр компетенции Microsoft CSBI Group



Microsoft Partner

Центр компетенции Microsoft CSBI Group — партнер компании Microsoft с компетенцией Silver

Microsoft
Dynamics CRM

Microsoft Dynamics CRM (Customer Relationship Management) – система управления взаимоотношениями с клиентами, повышающая продуктивность сотрудников внутри и вне организации и облегчающая взаимодействие отделов продаж, маркетинга и обслуживания клиентов с помощью современных технологий, интегрированных в единую рабочую среду.



www.csbims.ru




Услуги:

- Проектирование и развертывание решений на базе Microsoft Dynamics CRM и Microsoft Dynamics CRM Online
- Разработка отраслевых решения по автоматизации бизнес процессов направленных на управление взаимодействиями с клиентами и поставщиками
- Разработка функциональных блоков расширяющих или улучшающих базовые возможности Microsoft Dynamics CRM
- Внедрение систем управления взаимодействием и электронным документооборотом на базе Microsoft SharePoint
- Реализация систем совместной работы и объединенной коммуникации на базе Microsoft Exchange и Microsoft Lync
- Внедрение комплексных решений управления идентификацией и доступом на базе Forefront Identity Manager
- Разработка корпоративных решений для управления проектами на базе Microsoft Project
- Интеграция разноплановых корпоративных систем через универсальную шину данных Microsoft BizTalk Server







Целевая аудитория

Любая сфера деятельности, требующая выстраивания взаимоотношений с клиентами и управления процессами работы с ними.

Эффективность Microsoft Dynamics CRM

-  Снижение стоимости привлечения новых клиентов, высокое качество маркетинговых данных и возможность анализа возврата маркетинговых инвестиций.
-  Сокращение цикла и стоимости продаж, управление воронкой продаж, увеличение количества завершённых сделок.
-  Повышение объёмов продаж существующим клиентам, снижение стоимости обслуживания клиентов, повышение их удовлетворенности и лояльности.

Цели внедрения Microsoft Dynamics CRM

-  Увеличение прибыльности.
-  Сокращение стоимости привлечения и удержания клиента.
-  Сокращение стоимости продажи (cost of sale) и обслуживания (cost of service).
-  Снижение оттока клиентов.
-  Повышение эффективности работы персонала.
-  Сокращение операционных расходов.

Проект внедрения Microsoft Dynamics CRM в Банке «Санкт-Петербург»

Цифры:

2011-2013 гг.

продолжительность проекта

5

этапов проекта

1000

пользователей

Банк «Санкт-Петербург» - крупнейший банк Северо-Западного региона России. Банк был основан в 1990 году и за прошедшие годы стал неотъемлемой частью финансово-экономической сферы Северо-Западного региона России. Сегодня банк обслуживает свыше 1,2 миллионов частных лиц и 37 тысяч компаний в 41 офисе в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, Москве, Калининграде и Нижнем Новгороде. Банк занимает 15-е место по объему активов среди российских банков (по данным информационно-аналитического агентства «Интерфакс»). Банк имеет рейтинг международного рейтингового агентства Moody's «Ba3».

«Внедрение высокотехнологичной платформы Microsoft Dynamics CRM позволило банку решить большое количество серьезных задач и практически полностью автоматизировать внешние и внутренние бизнес-процессы. Специалисты Группы компаний CSBI и Microsoft Consulting Services подошли к выполнению задач на высоком профессиональном уровне, что позволило Банку достичь ожидаемых результатов от внедрения системы»

— Ярослав Шелин, директор дирекции информационных технологий ОАО «Банк «Санкт-Петербург»»

Группа компаний CSBI совместно со специалистами Microsoft Consulting Services реализовали проект управления взаимоотношения с клиентами на базе Microsoft Dynamics CRM в ОАО «Банк Санкт-Петербург». Данное решение помогло банку автоматизировать и унифицировать процессы работы с частными клиентами. Успешное осуществление проекта стало важным этапом в реализации стратегии работы в розничном сегменте и развитии новых продуктов, в том числе кредитных программ.

Цель проекта

Целью внедрения в Банке «Санкт-Петербург» системы управления отношениями с клиентами (CRM) являлась автоматизация всех процессов связанных с взаимодействием с клиентами, как в головном офисе банка, так и во всех структурных подразделениях и филиалах.

Описание проекта

1 этап:

Создание 360 градусного обзора клиента, включая документы, личную и экономическую информацию. Релиз «Единая база клиентов» стал базовым и основополагающим релизом CRM решения.

2 этап:

Релиз «Универсальный процесс продаж» – автоматизация универсального продукто-независимого процесса продаж.

3 этап:

Релиз «Обслуживание клиентов», целью которого была автоматизация аспектов работы банка, связанных с обслуживанием, информированием и обработкой запросов существующих и потенциальных клиентов Банка.

4 этап:

Релиз «Расширенная поддержка продаж и обслуживания продуктов». Его цель - автоматизация процесса, связанного с поддержкой продаж отдельного продукта или семейства продуктов.

5 этап:

Релиз «Расширенный маркетинг», который дополнил базовый функционал системы новыми возможностями, существенно расширив их в части работы с маркетинговыми активностями.

Результат проекта

В течение двух лет работ совместно с сотрудниками Банка и Microsoft Consulting Services на базе платформы Microsoft Dynamics CRM был создан универсальный инструмент, повышающий эффективность продаж и качество обслуживания клиентов, как в корпоративном, так и в розничном бизнесе.

Санкт-Петербург, пл. Победы, д.2, литер А

8 800 5555 66 1