



ИНГРУППА

ИНТЕГРАТОР CRM-решений

АУДИТ АККАУНТА amoCRM

<https://account.amocrm.ru>

Автор проекта: Иванов М.С.

Февраль, 2021

Лист учета изменений

Дата	Версия	Содержание	Автор
10.06.2020	1.0	Подготовлен аудит аккаунта amoCRM	Иванов М.С.

Содержание

1. Общая информация	4
2. Права и роли пользователей	5
3. Интеграция с телефонией Mango Office	6
4. Интеграция с сервисом обратного звонка Envybox	7
5. Интеграция с онлайн-чатом Envybox	8
6. Интеграция с сервисом генерации клиентов (pop-up) Envybox	9
7. Интеграция с сайтами ... и ...	9
8. Интеграция с почтой в amoCRM	10
9. Интеграция с Роистат	10
10. Общие выводы и рекомендации	11
11. Аналитика по продажам	13

1. Общая информация

Аккаунт <https://account.amocrm.ru> активирован в марте 2017 года.

В аккаунте подключено около 47 интеграций и дополнений.

Некоторые из них:

- интеграция с телефонией Манго;
- интеграция с 1С УТ 10.3;
- интеграция с сервисом Roistat;
- интеграция с сайтами;
- интеграция с сервисами от Envybox;
- виджеты (18 штук)

Контакты – 91 699 штук

Компании – 7 177

Сделки – 148 746 (Активные – 4 590, Успешные – 72 087,

Нереализованные – 72 069)

Количество карточек с дублями (контакты/компании):

дубли по телефону – 1 762

дубли по e-mail – 58

Количество карточек со сдвоенным номером:

по телефону – 4 525

по e-mail – 6

Количество карточек без названия (Имя не указано):

контакт – 1 619

Общество с ограниченной ответственностью ИНГРУППА

440052, г. Пенза, ул. Чкалова, 52, ИНН 5835101706

+7 (8412) 22-31-61, welcome@ingru.ru

компания – 2

Карточки без номера телефона

контакты – 2 115

Карточки с некорректной записью:

контакты - 500 (приблизительно)

Карточки контактов без сделок – 28 569

Карточки компании без сделок – 3 197

Сделок без задач – 2 719 (активных)

Сделки без причины отказа – 21 467 (закрытые и нереализованные)

Неиспользуемые типы задач – 8 типов

Неиспользуемые теги в разделе Сделки – 34

2. Права и роли пользователей

В аккаунте 36 пользователей. Пять пользователей с правами администратора, что кратно увеличивает риски безопасности клиентской базы. При этом интеграции подключены из под всех данных пользователей.

Рекомендация: оставить двух пользователей с правами администратора. Один – любой текущий пользователь, второй – технический пользователь, через которого должны быть подключены все интеграции. Технического пользователя мы предоставляем бесплатно (технический пользователь не используется для ежедневной работы в аккаунте).

В аккаунте у части пользователей настроены права на удаление сделок, контактов и компаний. Рекомендуем убрать данные права и вместо этого добавить поле Удалить с типом Флаг в карточки контакта и компании.

В силу наличия большого количества пользователей и как минимум трёх отделов рекомендуем добавить различные роли с уже преднастроенными правами, например, «Менеджер оптового отдела», «Менеджер розничного отдела», «Оператор колл-центра».

3. Интеграция с телефонией Mango Office

По состоянию на 07.06.2020 в аккаунте amoCRM <https://account.amocrm.ru> интеграция с виртуальной АТС Mango Office не подключена. Записи разговоров, которые проходят через данную виртуальную АТС, не подгружаются в AmoCRM. На данный момент в Mango Office подключена услуга «API: возможность использовать API конструктор» за 2500 руб./мес., но фактически не используется. Так же видны следы подключения интеграции amoCRM и Mango Office через сервис Простые звонки. Сейчас данная интеграция так же отключена. Её не рекомендуем ставить.

Рекомендация: подключить стандартную интеграцию amoCRM и Mango Office. Отключать услугу «API: возможность использовать API конструктор» не рекомендуем, так как это может привести к потере записей прошлых звонков в amoCRM

В блоке «Контакты» сайта ... размещены прямые телефонные номера дежурных менеджеров. Стоит их и несколько других номеров убрать, чтобы, во-первых, все звонки фиксировались в amoCRM, а, во-вторых, не портилась статистика по подменным номерам.

Рекомендация: стоит так настроить маршрутизацию в АТС Mango Office, чтобы звонки в нерабочее время переадресовывались на сотовые номера дежурных менеджеров. Либо же можно организовать офисную АТС, используя FMC-сим-карты.

4. Интеграция с сервисом обратного звонка Envybox

Тестирование показало, что примечание по звонку крепится дважды и в карточку контакта и в карточку сделки, что неудобно для работы менеджера.

Рекомендация: настроить в Envybox прикрепление примечания по звонку только в карточке контакта. Существует второй способ скрыть дублирующие звонки функционалом amoCRM, но в этом случае мы потеряем возможность видеть прямые телефонные звонки и переписку из карточек сделок.

5. Интеграция с онлайн-чатом Envybox

Тестирование показало, что:

- в Envybox подключены 2 онлайн-чата. Возможно, было создано 2 онлайн-чата с целью разделить заявки, поступающие с сайта ..., в зависимости от региона посетителя. Такое предположение возникло на основе того, что у данных онлайн-чатов настроены разные условия показа в зависимости от региона. Однако при заходе на сайт посетителем с Пензенской области обнаружилось, что ему отобразилась форма онлайн-чата под названием «онлайн чат, все регионы». Исходя из логики настройки Envybox должна была отобразиться форма «онлайн чат ЮГ». То есть «онлайн чат, все регионы» скорее всего перебивает «онлайн чат ЮГ» по большинству регионов;
- обращение из онлайн-чата создает дублирующий контакт в случае, если в amoCRM есть контакт с таким же номером телефона и этот номер записан в любое поле отличное от поля «Мобильный телефон»;
- если в amoCRM есть контакт с закрытой сделкой, то обращение из онлайн-чата не создаёт новую сделку, а добавляет примечание в уже закрытую сделку. Менеджер не получает никакого уведомления.

Рекомендация:

- 1. Следует скорректировать настройку онлайн-чатов по регионам.*
- 2. Сообщить об ошибке по созданию дубля в Roistat*

6. Интеграция с сервисом генерации клиентов (popup) Envybox

В Envybox настроен сервис **генерации клиентов**, однако за последние 3 месяца не зафиксировано ни одной заявки от клиентов через этот сервис. Интеграция этого сервиса с amoCRM на данный момент отключена.

7. Интеграция с сайтами ... и ...

При отправке заявки с сайтов ... и ... в случае если есть активная сделка, то создаётся новая сделка.

При создании заявки с сайта ... в случае если клиент оставляет повторную заявку но с изменённым значением только емайла или телефона, то это новое значение не попадёт в amoCRM

При отправке заявки с сайта ... создаётся сделка на системный этап «Неразобранное». В этом этапе создаются дубли, которые сложно контролировать

Рекомендация:

1. Если есть активная сделка, то не следует создавать новую сделку. Вместо этого нужно ставить задачу ответственному за сделку менеджеру

2. Доработать интеграцию на добавление новых данных к существующим клиентам.

3. Либо оставить неразобранное и добавить один из виджетов по контролю дублей, либо (лучшее решение) следует сразу создавать сделку с автоматической проверкой на дубль.

8. Интеграция с почтой в amoCRM

Письма подгружаются корректно. Но при этом подключены личные почтовые ящики сотрудников, что является небезопасным решением.

Рекомендация: рекомендуем сделать для менеджеров корпоративную почту вида имя@доменсайта.ru. В этом случае, даже если менеджер увольняется, то вся его переписка остаётся доступна вам.

9. Интеграция с Roistat

Почти 90 % сделок без номера визита. Правильная статистика в Roistat существует только для заявок с онлайн-чата и форм сайта.

Рекомендации: Следует провести мероприятия направленные на интеграцию обратного звонка Envybox с Roistat, чтобы в сделках, созданных по обратному звонку проставлялось поле roistat. Также следует настроить интеграцию Коллтреккинга Манго с Roistat и amoCRM с той же целью.

10. Общие выводы и рекомендации

На сегодняшний день в программе amoCRM существуют следующие проблемы, препятствующие её эффективному использованию:

- отсутствие регламентов работы со сделками и контроля за выполнением этих регламентов. В результате этого работа ведется не по единому стандарту. Это, в свою очередь, препятствует получению достоверных оперативных аналитических показателей;
- существует множество лишних неиспользуемых элементов (воронки, поля, теги, задачи), которые затрудняют работу менеджера в CRM;
- множество интеграций и дополнительных разработок либо не используются, но при этом подключены в аккаунте, либо не оптимизированы под новые стандарты amoCRM, что может сказываться на быстродействии и общей работоспособности системы. Часть интеграций подключены по ошибочной логике;
- все вышеописанные проблемы способствовали накоплению большого количества дублей клиентских карточек (более 2000 штук).

Кроме этого:

- воронка продаж «Розничный отдел» перегружена этапами. Некоторые этапы, в частности, «Отправить КП» заменяют собой тип задачи. Оптимальная настройка amoCRM предполагает, что менеджеры большую часть времени работают в разделе «Задачи»,

- а смена этапов воронки продаж происходит автоматически или из карточки сделки;
- так же в карточках сделки, контакта и компании настроено много полей, которые неудобны для заполнения и фактически не используются;
 - в цифровой воронке «Розничный отдел» добавлено много источников сделок в виде форм обратной связи, которые нигде не используются;
 - при поступлении заявок с сайтов автоматически не проставляется значение поля сделки «Откуда контакт»;
 - на данный момент функционал причин отказа лучше настраивать в виде поля типа «Список», так как в Роистате нельзя отфильтровать сделки по новому функционалу причин отказа. Так же их нельзя сделать обязательными;
 - в целом неправильно выбран тип полей. Так, например, по текстовым полям «Город» и «Бренд» сложно будет работать с фильтром;
 - в связи с большим количеством входящих звонков стоит рассмотреть добавление отдельной воронки продаж «Входящие обращения», куда будут приходить все обращения с сайтов, звонки и т.д., и где они будут проходить квалификацию;
 - некоторые виджеты, такие как автоматическое проставление времени у клиента (часовые пояса), региона клиента по номеру телефона, автоматическое формирование названия сделки из значений заполненных полей существенно упростят работу в системе менеджеров;

- все интеграции сделать на отдельную учётную запись, под которой никто не будет работать. Такая учётная запись предоставляется партнёрам-интеграторам бесплатно.

** В итоговом отчёте присутствуют картинки в виде скриншотов из интерфейсов исследуемых программ*

*** После проведения аудита по запросу клиента подготавливается предложение по перенастройке аккаунта*

11. Аналитика по продажам

Данным ниже не стоит полностью доверять, так как существующая аналитика в атоCRM не совсем корректна ввиду некорректных настроек и заполнения данных. Чтобы решить эту проблему, мы постарались отобразить только явно выраженные показатели.

2019 год

Создано 9 800 сделок - 534 выиграно (72 млн. руб.) - 5 % конверсия - 102 дня средняя длительность сделки - 132 тыс. средний чек

2020 год

Создано 25 500 сделок - 800 выиграно (116 млн. руб.) - 3 % конверсия - 45 дней средняя длительность сделки - 145 тыс. средний чек

Причины отказа:

- дорого – 28%
- не можем связаться с клиентом – 18%
- выбрали другого поставщика – 16%
- отложили покупку – 16%
- не подходят другие условия: доставка, материалы и др. – 22%

При 5% конверсии выручка в 2020 году была бы 194 млн. Это без учёта двойного сокращения средней длительности сделок

Исходя из имеющихся данных, можно предположить, что основным драйвером продаж будет являться работа с конверсией, то есть воронкой продаж. Так увеличение конверсии всего на 1% увеличивает годовую выручку на 38 млн. руб.

Конверсия в замер за 2020 год - 5 %.

Из замера в договор - 60 % (общий 3 %).

Это говорит о том, что необходимо работать с конверсией в замер