

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/92676>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Локально-Вычислительные сети

Введение 3

1. Общая характеристика деятельности предприятия 5

2. Анализ бизнес-процессов работы с клиентами 9

3. Анализ структуры информационной системы компании 18

Заключение 23

Список источников и литературы 24

Введение

На сегодняшний день в условиях высокого уровня конкуренции актуальным является вопрос удержания и расширения клиентской базы. Маркетинговые технологии, позволяющие удерживать клиентскую базу и способствующие привлечению новых, делают возможным выживание коммерческих компаний. Концепция управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), предполагающая решение задач по управлению взаимодействием с клиентами, позволяет сохранять и наращивать торговые обороты. Выполнение данных задач является достаточно сложным для компаний, работающих с рынком продаж электроники, так как указанная отрасль переживает рост продаж и является высококонкурентной.

Немаловажную роль в формировании клиентской базы играют службы по взаимодействию с покупателями, которое заключается в разработке маркетинговых стратегий, системы скидок и бонусов, проведении промо-акций, анкетирование покупателей, получение от них обратной связи для совершенствования эффективности работы с клиентами.

Актуальность работы связана с тем, что в современных рыночных условиях эффективность работы обеспечивается информационными системами. Работа с информационными системами (ИС) для решения прикладных задач создает возможности для сокращения издержек, оптимизации работы подразделений, и, в конечном счете, повысить привлекательность компании.

Цель работы: проектирование АРМ менеджера по работе с клиентами.

Объект исследования – информационная система ООО «Вектор».

Предмет исследования – использование информационных технологий в работе с клиентами.

Задачи исследования:

- изучить технико-экономическую характеристику ООО «Вектор»;
- изучить программное и аппаратное обеспечение, используемое в технологии взаимодействия с клиентами;
- провести анализ бизнес-процессов взаимодействия компании с клиентами;
- определить комплекс задач автоматизации и внедрить CRM-систему на предприятии.

1. Общая характеристика деятельности предприятия

В рамках данной работы проведен анализ технологии взаимоотношений с клиентами ООО «Вектор». ООО "Вектор" – объединенная компания, являющаяся одной из крупнейших в мире розничных сетей в сегменте высоких технологий, имеющих более чем с 5500 магазинов. Компания представлена в 1300 городах по всей России, штат сотрудников составляет более 30 тысяч продавцов-консультантов, ежедневное количество продаж составляет порядка двух миллионов покупателей.

Компания работает также в сегменте e-commerce, активно развивает собственную платформу онлайн-продаж, проводит реализацию стратегии омниканального развития.

Глубокая интеграция с компаниями-производителями высоких технологий и разработчиками различных сервисов позволяет компании создавать ряд уникальных возможностей для клиентов. Миссия компании – сделать позитивным опыт взаимодействия человека с технологиями.

В магазинах объединенной компании ООО "Вектор" товарный ассортимент представлен различными моделями смартфонов, планшетных компьютеров, коммуникационного оборудования, фото-, аудио- и видеотехники, smartwearables, аксессуаров, квадрокоптеров, компонент системы «умный дом», VR-очков и

многих других гаджетов.

Стратегия работы компании направлена на рост прибыли и сокращение издержек. Пути реализации стратегии компании приведены в таблице 3.

Таблица 1 – Пути реализации стратегии компании ООО «Вектор»

Стратегия Пути реализации

Минимизация издержек Оптимизация организационной структуры, оптимизация технологических и логистических цепочек, внедрение современных технологий торговой деятельности, совершенствование архитектуры автоматизированной информационной системы

Увеличение прибыльности Увеличение клиентской базы путем внедрения маркетинговых технологий, расширение ассортимента и путей реализации товаров

Главные принципы работы компании предполагают качественное предоставление услуг, высокий уровень квалификации сотрудников, безупречность обслуживания клиентов, надежность и соблюдение гарантийных обязательств, связанных с поддержкой качественных характеристик реализуемой продукции. Компания также стремится к значительному укреплению и расширению области взаимоотношений с клиентами и партнерами по всем видам деятельности.

Ключевые показатели деятельности компании включают:

- Количество видов реализуемых товаров;
- Обороты;
- Уровень прибыльности;
- Величину кредиторской задолженности;
- Объем клиентской базы.

Миссия предприятия: обеспечение граждан качественной электроникой.

Параметры прибыльности ООО "Вектор" определяются платежеспособным спросом населения, наличием и количеством конкурирующих компаний, качеством продукции, внешними факторами (налоговое законодательство, нормативные акты в области защиты прав потребителей).

Схема бизнес-архитектуры предприятия приведена на р

Список источников и литературы

1. CRM Bitrix. О программе. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://crmplus.bitrix24.site/> Головкова А. С. Информационные системы управления взаимоотношениями с клиентами: учебное пособие / А. С. Головкова. - Белгород : Изд-во Белгородского университета кооперации, экономики и права, 2015. - 96 с.
2. Дьяконова Л. И., Стешин А. И. Управление комплексом маркетинга на основе CRM-технологий : учебное пособие / Л. И. Дьяконова, А. И. Стешин. - Санкт-Петербург : Балтийский государственный технический университет, 2015. - 72с/
3. Гвоздева, В.А. Базы и банки данных [Электронный ресурс] / В.А. Гвоздева. – М.: Альтаир-МГБВТ, 2015, – 76 с.
4. Герчикова Т.М.: Разработка информационных систем. – М.: Бук-Пресс и К, 2015
5. Дадян, Э.Г. Современные базы данных. Часть 2: практические задания: Учебно-методическое пособие / Дадян Э.Г. –М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 68 с
6. Зайцев А.В. Информационные системы в профессиональной деятельности: Учебное пособие. – М.: РАП, 2013. – 180 с.
7. Исакова А.И. Основы информационных технологий [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.И. Исакова. –Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2016. – 206 с
8. Колдаев, В.Д. Структуры и алгоритмы обработки данных: Учебное пособие / В.Д. Колдаев. – М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 296 с.
9. Коннолли Т., Бегг К. Базы данных: проектирование, реализация и сопровождение: теория и практика. – Москва: Вильямс, 2017. – 1439 с.
10. Коряковский А.В. Информационные системы предприятия: Учебное пособие. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 283 с.
11. Круценюк К. Ю. Офисные информационные технологии: учебное пособие / К. Ю. Круценюк. –Норильск: редакционно-издательский отдел ФГБОУВПО "НГИИ", 2017. – 126 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/92676>