

Какие требования к CRM предъявляют заказчики?



Анастасия Сухова

Директор департамента развития потенциала клиентской базы

АСRM (Аналитический CRM)

Замещение продуктов традиционных вендоров

Популярные импортные решения, которые использует банковская сфера



sas THE POWER TO KNOW.

MARKETING AUTOMATION



Причины, заставляющие проводить замещение традиционных популярных решений

- Отсутствие поддержки вендора и обновлений по платформе SAS
И как следствие накопление со временем уязвимостей в SAS и в связанном ПО
- Невозможность масштабировать текущее решение под рост клиентской базы и новые виды бизнеса
- Постепенная утрата компетенций по SAS на рынке труда РФ: от разработчиков до пользователей

АСRM функциональность

1. Настройка батчевых кампаний по сегментации клиентской базы, формированию предложений для отобранного сегмента, отправка коммуникаций по этим предложениям.
2. Интеграция с каналами коммуникаций для отправки предложений и получения откликов.
3. Постановка кампаний на регулярное выполнение (планировщик).
4. Сохранение истории предложений, коммуникаций и откликов для последующей аналитики.
5. Гибкое управление коммуникационной политикой.
6. Возможность интеграции с ML инструментами: использование результатов предиктивных моделей и оптимизационных алгоритмов для управления сегментами, каналами и коммуникационной политикой.
7. Встроенная отчетность и мониторинги/интеграция с различными BI инструментами.
8. Модуль настройки контента: шаблонов, макетов для каналов коммуникаций.
9. Наличие Real Time кампейнинга или возможность с интегрироваться с решением этого класса.

Требования к АСРМ решению от бизнеса



Требования к АСРМ решению от IT



Требования к АСРМ решению

Общие для Бизнеса и IT



Соответствие поставщиков ПО требованиям



	Ключевые критерии системы	Текущее решение SAS MA	Поставщик ПО №1	Поставщик ПО №2
Функциональные требования	Подключение к различным источникам данных	100 %	100%	100%
	Возможность формирования сегмента (настройка критериев для формирования сегментов)	100 %	100%	100%
	Гибкость функционала инфокарты (ИК) (связи 1-1, 1-N,N-1,1-N-M, группировки, типы данных и диапазоны)	100%	80%	80%
	Возможность отправки коммуникаций (наличие интерфейсов для интеграции с каналами коммуникаций)	100%	100%	100%
	Поддержка cloudnative/ поддержка разрешенного стека технологий	0%	100/100%	100/100%
	Поддержка функционала «материализации» участников кампаний (сохранение сегмента участников кампании/сформированных предложений)	100%	100%	100%
	Поддержка планирования расписания запуска кампании на коммуникациях внутри одной кампании	100%	100%	100%
	Поддержка realTime маркетинга	0 %	0 %	100 %
	Встроенный функционал маркетинговой оптимизации и работы с моделями машинного обучения	0 %	0%	0%
	Функционал создания шаблонов (в том числе графических) коммуникаций из поставки	0 %	0%	50%
UI	Удобный UI разработка и администратора (скорость создания новых интеграций, объектов ИК, шаблонов)	100 %	80%	70%
	Удобный UI/UX кампейнера: палитра инструментов, материализация, гибкость настройки расписания	100 %	60%	50%
Общие	Наличие вендора/2шт и более партнеров	0/100%	100/0%	100/100%
	3+ Внедрений на рынке в направлении сегментный маркетинг в банковском секторе с объемом клиентов 1 млн+	100 %	80 %	0 %



Анастасия Сухова

Директор департамента развития
потенциала клиентской базы

