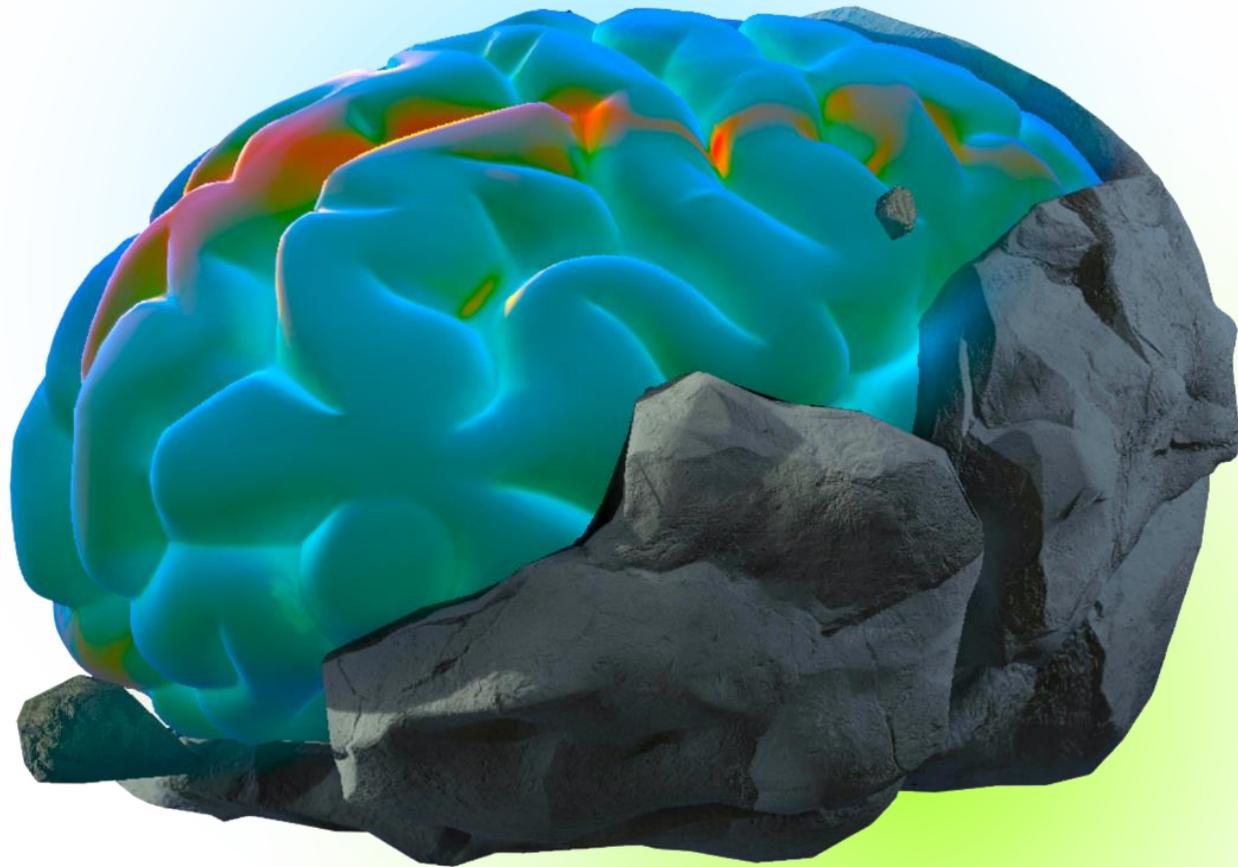


CRM

50'000 md

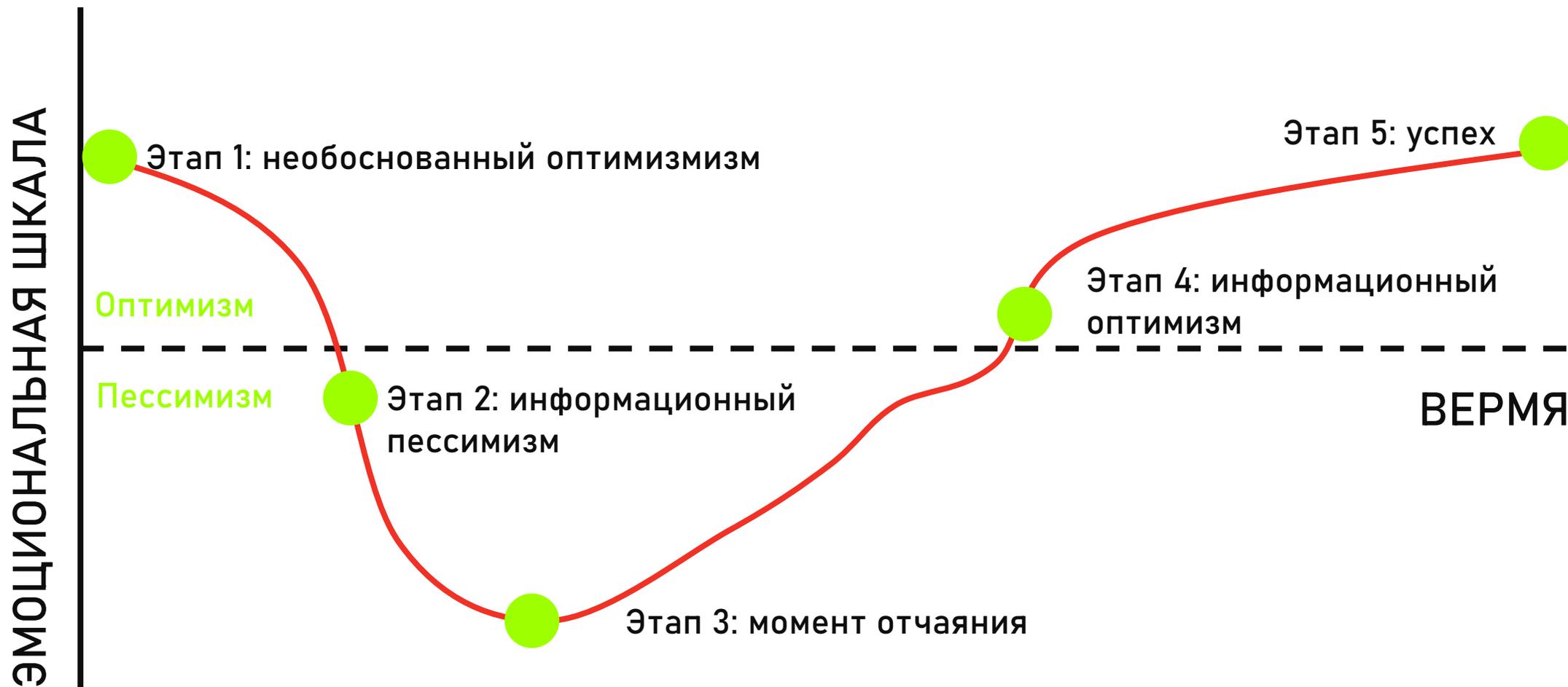
Вадим Мещеряков
Руководитель развития CRM систем
Альфа-Банк



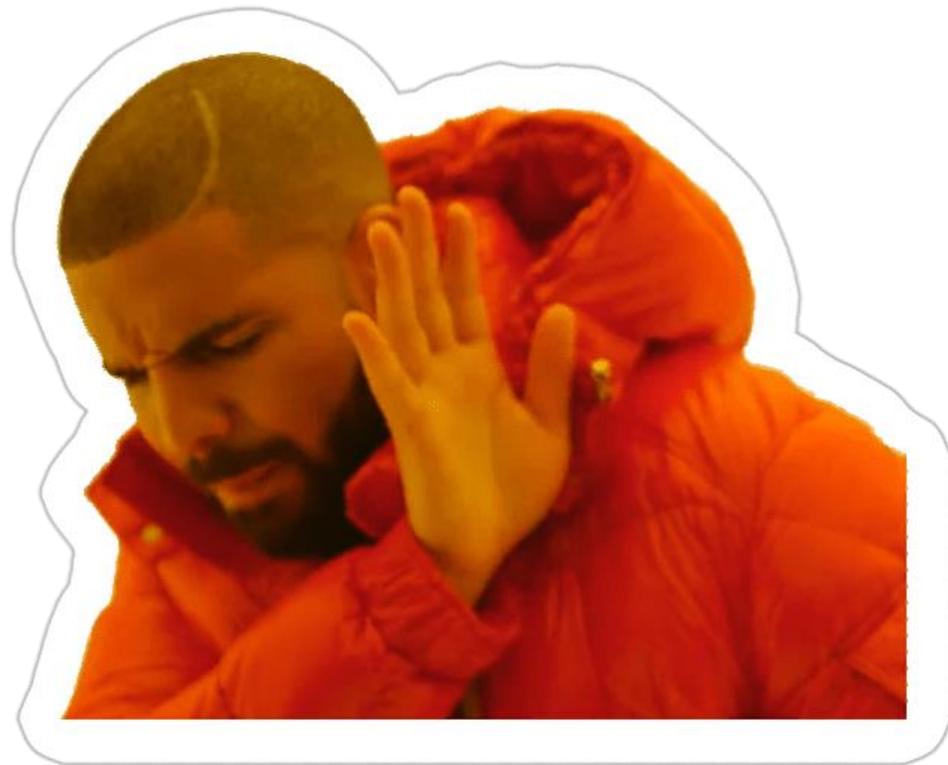


CRM в банке –
не просто
«для продаж», а
нервная система
клиентского опыта

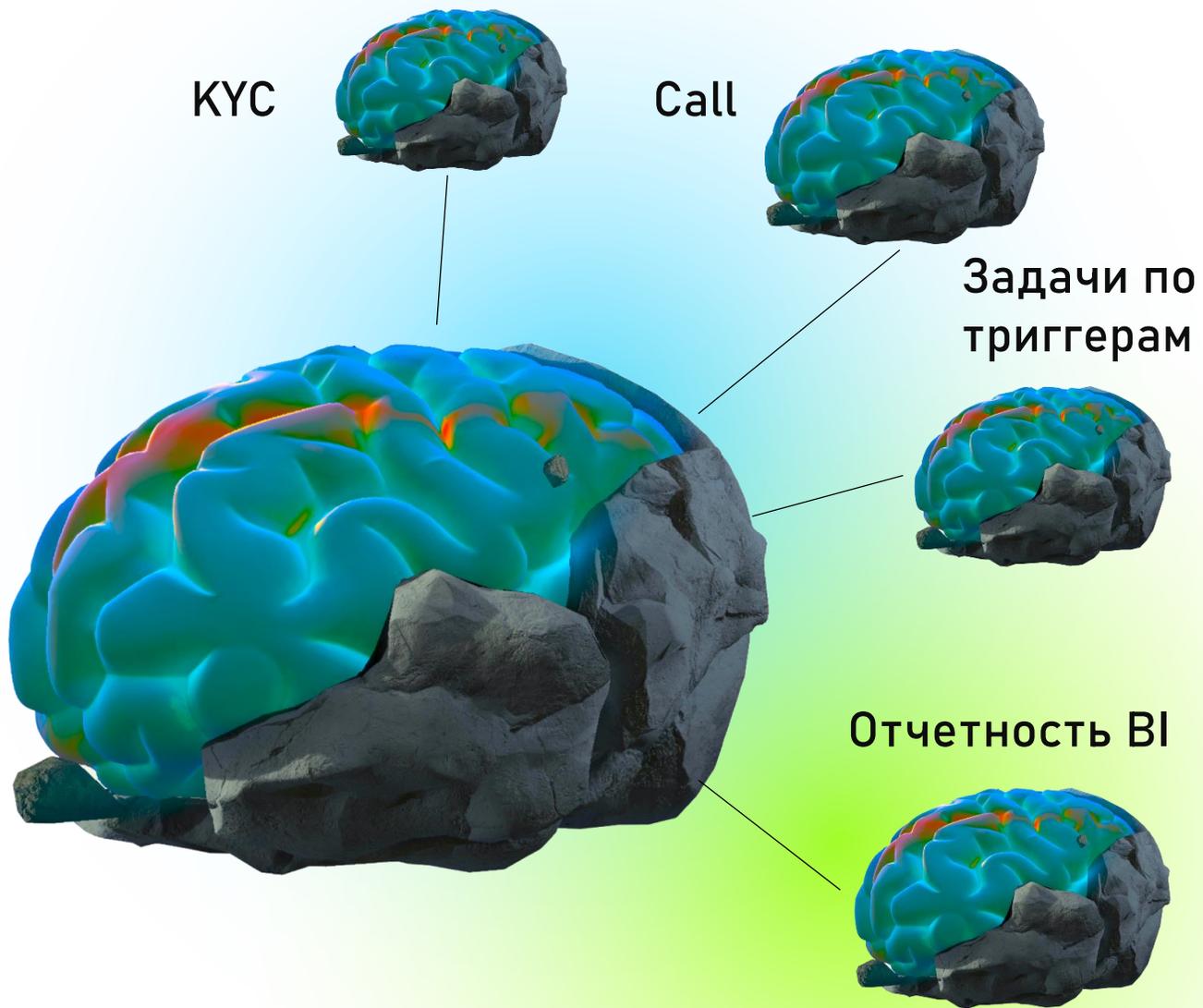
Эмоциональный цикл перемен. Модель Келли-Коннора



REF



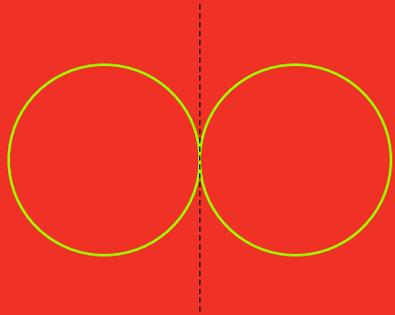
Н
млрд
на нецелевую
архитектуру?



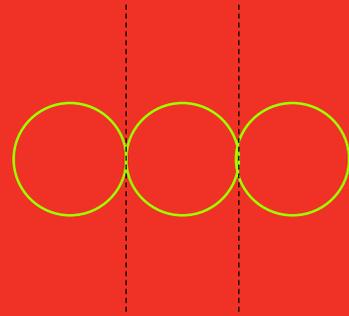
Цель не «повысить продажи на Y%». Нужно:

- Уйти от ручных и дублирующих процессов
- Перейти к персональным рекомендациям
- Повысить скорость разработки

Решение

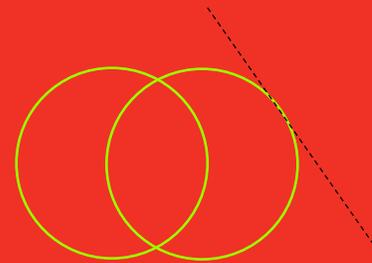


«Build vs Buy»
выбрали не покупать

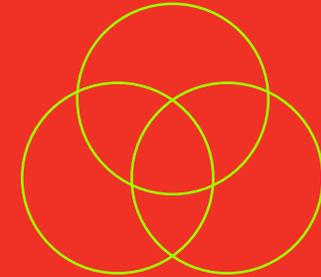


Разбили процессы на

- Presale
- Sale
- Postsale



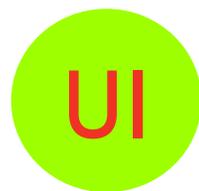
Самым сложным
оказался не перенос
данных, а
соблюдение
принципов обратной
совместимости



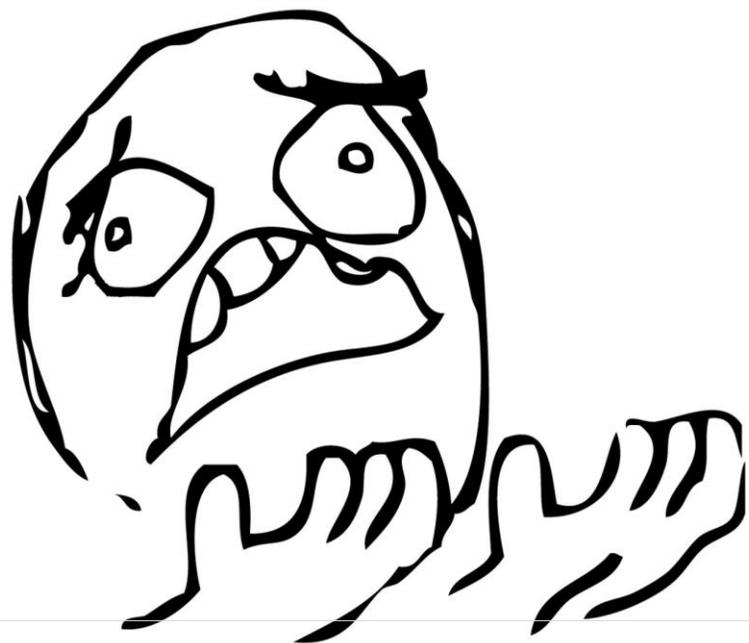
Реализовали
концепцию капсулы
разработки:

- Архитектура
- Чеклисты
- Единый ПРП
- Единый роадмап ожиданий
- Сервис сопровождения

Останется вечным



=



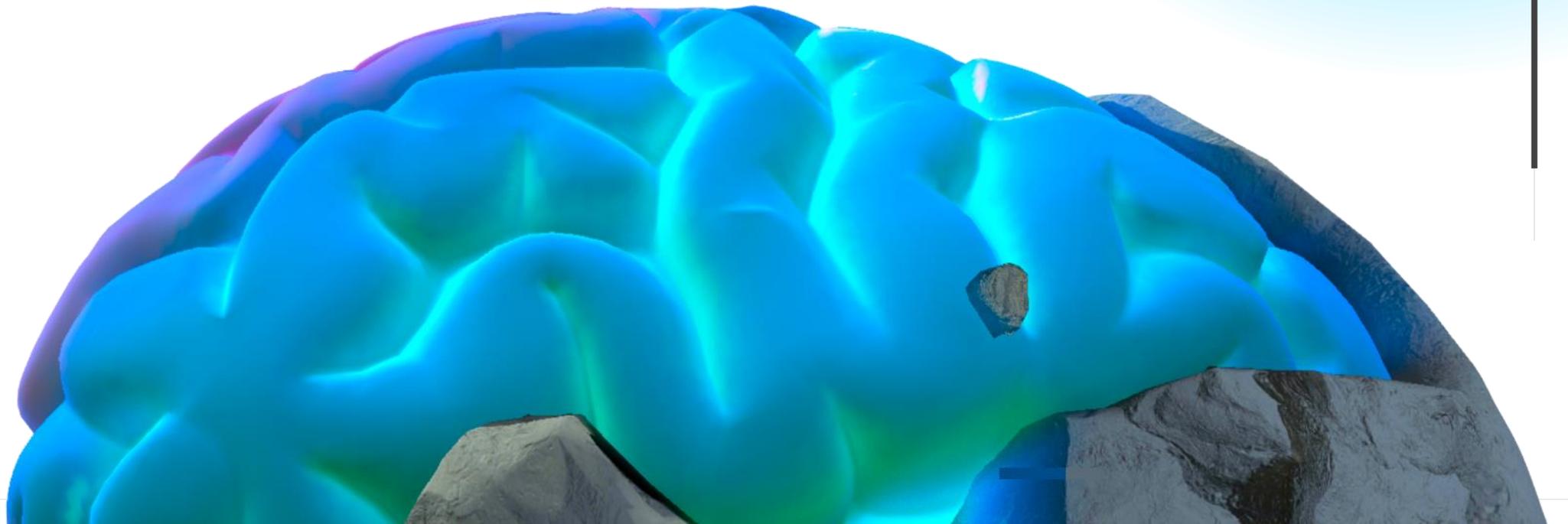
=



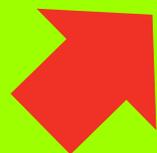
CRM = процессы

Через 1 год все CRM будут с ИИ. Но мой совет: начните с культуры, а алгоритмы подтянутся.

Управлять CRM-проектом — как вести поезд, рельсы которого появляются только за 10 метров до колес. Но если вы не поедете — рельсы не появятся никогда



Дизрапт возможен? Пиши



@VADIMMESH

Вадим Мещеряков
Руководитель развития CRM систем
Альфа-Банк