

ВИКОРИСТАННЯ МЕХАНІЗМУ BSC ПРИ ОЦІНЮВАННІ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ CRM

У наш час організації шукають та застосовують підходи, які допомагають гарантувати успіх їх CRM ініціатив. Одним з таких підходів є Збалансована система індикаторів ведення бізнесу (BSC). Чому спрацьовує дана система показників:

1. Покращення узгодження дій на стратегічному рівні. BSC усуває двозначність та суперечливі моменти навколо стратегічних концепцій та сприяє розумінню й досягненню консенсусу між старшими керівниками.

2. Доступність мови для передачі стратегії та ключових факторів успіху. BSC забезпечує точною мовою для прозорої передачі на всі рівні інформації про цілі організації та шляхи їх виконання.

3. Послідовна та сфокусована організація дій. BSC безперервно фокусує організацію на заходах та діях, які стимулюють стратегічне виконання.

4. Підвищення швидкості впровадження успішних змін. BSC забезпечує однозначний зворотній зв'язок щодо прогресу змін, який покращує вірогідність успіху та швидкість, з якою відбуваються зміни.

5. Підвищення здатності прогнозувати. Показники BSC сфокусовані не лише на результатах, а й на специфічних чинниках цих результатів. Ці індикатори покращують спроможність компанії оцінювати майбутні результати.

6. Всеохоплюючий фокус на результат. BSC позиціонує керівників таким чином, щоб вони бачили, як виконані дії в напрямку однієї стратегічної перспективи чи процесу впливають на результативність іншої. BSC є могутньою системою стратегічних показників, одночасно вона може бути модифікована для максимізації свого впливу на результати CRM.

Для найкращої практики впровадження системи показників CRM, BSC потребує модифікації у трьох важливих сферах:

1) система індикаторів ведення бізнесу має лежати в основі кожного споживчого сегменту, визначеного для CRM,

2) перспектива на внутрішню організацію має фокусуватися спеціально на головні функції та процеси CRM, наприклад, маркетинг, продаж і надання послуг,

3) система індикаторів ведення бізнесу повинна спостерігати за всіма каналами контактів з клієнтами.

Таким чином, можна робити висновок, що використовуючи підхід BSC, організації здобувають можливість чітко повідомляти про те, що є важливим та коли і як кожний рівень організації сприяє досягненню успішності стратегії CRM