

**Заключение.** Таким образом, вузовские СМИ и медиацентр систематически и последовательно ведут работу по освещению важнейших дат отечественной и мировой истории, в результате чего можно сделать вывод, что у студентов формируются знания о государственной символике, политическом, гражданском устройстве общества; умения и навыки уважать законы государства, уметь отстаивать свои взгляды и убеждения; компетенции в области информационных коммуникаций. Студенты гордятся историей своего народа, культурными, духовными традициями белорусского народа, а также всегда информированы о важнейших событиях в жизни университета, страны и мира; формируют представление о нравственных основах общества, развивают нравственные чувства, воспитывают высокие моральные качества.

### *Литература*

1. Бучатский, А.Н. Медиакомплекс в образовательной среде вуза [Электронный ресурс] / А.Н. Бучатский, А.К. Колесов, В.А. Червинская // Информационная среда вуза XXI века: материалы междунар. научн.-практ. конф., Петрозаводск, 23 –27 сентября 2013 г. – Режим доступа: <http://it2013.petrso.ru/publication.php>
2. Туголукова, Е.Н. Средства массовой информации как инструмент воспитания современной молодёжи [Электронный ресурс] / Е.Н. Туголукова // Век информации. –№ 3 (6), 2019 г. –Режим доступа: <https://age-info.com/2019/03/средства-массовой-информации-как-инс/>
3. Концепция непрерывного воспитания детей и учащейся молодёжи: Постановление Министерства образования Республики Беларусь от 15 июля 2015 № 82.- Минск, 2015.– 39 с.

УДК 659

## **CRM-ПЛАТФОРМА КАК ИНТЕГРАТОР КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИИ С КЛИЕНТАМИ**

*Полешук В.С.*

*Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»  
e-mail: Nika13.pol@gmail.com*

**Summary.** *The article discusses the possibilities of improving the quality of customer service by introducing an omnichannel CRM system platform. Customer Relationship Management is an application software for organizations that allows you to combine various channels of communication with customers on a common platform.*

Еще недавно популярными способами для связи с компанией были телефон и электронная почта. Тенденции меняются – сегодня клиенты используют намного больше каналов для коммуникации: социальные сети ВКонтакте и Facebook, мессенджеры WhatsApp, Вайбер или Телеграмм. У каждого пользователя свое любимое приложение, и он стремится задействовать его для покупок или уточнения информации.

Решить вопросы коммуницирования и выстраивания взаимодействия с клиентом может помочь CRM-система. CRM – это система, которая даёт возможность компании коммуницировать как с имеющимися так и с потенциальными клиентами, разложить внутри CRM процесс продаж и автоматизировать его на каждом этапе, отслеживать сколько человек на этом этапе находится, как происходит продажа, как происходит коммуникация; делать обещания клиенту, не забывая о них и т.д. Т. е. в CRM происходит та работа, которая влияет на конечный результат взаимоотношения с клиентом – клиент либо останется доволен вашей работой, либо нет.

При отсутствии CRM-системы, каждый сотрудник ведет свою клиентскую базу так как ему хочется. Она может храниться в виде номеров в телефоне, в блокноте или в таблицах. Дела планируются в ежедневнике. Такие способы ведения клиентской базы могут быть эффективны только в том случае если эффективен сам сотрудник. Если он действительно после обращения клиента занесет его в свою базу, не забудет отправить ему предложение и перезвонит ему.

Следовательно, актуальность применения CRM-систем в настоящее время не вызывает сомнений и обусловлена необходимостью автоматизации процессов взаимодействия с клиентами, а также управления информацией о них с целью повышения результатов работы и оптимизации управления процессами.

Проведенный в ходе исследования сравнительный анализ используемых CRM-систем показал, что наибольшую известность и распространенность благодаря своей функциональности, адаптивности и ценовому фактору получила платформа автоматизации и управления бизнесом Битрикс24. Такие результаты исследований получили эксперты Института проблем предпринимательства и J'son & Partners Consulting.

По статистике:

- 43.5% среди всех внедрённых CRM в России — это Битрикс24;
- каждый четвёртый предприниматель в России знает о Битриксе24;
- за 2019 год уровень использования CRM по России вырос на 21,4%.

CRM-система Битрикс24 предлагает широкий спектр необходимых инструментов управления взаимоотношениями с клиентами и основных инструментов управления лидерством. Программное обеспечение предназначено для малого и среднего бизнеса со всего мира. Это обусловлено многофункциональностью CRM Битрикс24. К этой системе можно подключить все каналы связи: IP-телефонию, электронную почту, мессенджеры и социальные сети.

Рассмотрим более подробно каналы связи: сложности работы с ними и решения, предлагаемые Битриксом24.

#### 1) Электронная почта

Почему неудобно просто работать с почтовым ящиком через почтовые сервисы?

Письма – собственность сотрудников:

- нет контроля над перепиской,
- делкой с клиентом полностью владеет сотрудник,
- отпуск, отгул или увольнение сотрудника – останавливает работу компании.

Для того чтобы решить эти основные проблемы бизнеса существует Почта внутри Битрикс24, которая позволяет компании держать всё под контролем:

единый ящик компании и доступ к логину и паролю только у владельца,

- простое подключение,
- каждое письмо клиента автоматически фиксируется в CRM: письмо пришло – сразу создаётся новая сделка; если сделка уже была создана – письмо автоматически привяжется к этой сделке,

- полный контроль для руководителя.

#### 2) Телефония

Какие проблемы существуют с телефонией?

- руководитель не может контролировать, о чем менеджеры говорят с клиентами,
- разговор не сохраняется в CRM.

Что даёт телефония Битрикс24?

- аренда номера в Битрикс24,
- подключение через приложения,
- подключение по SIP протоколу,
- автоматическое распределение звонков между менеджерами по заданным настройкам,
- запись разговора и его автоматическая привязка к карточке клиента.

### 3) Социальные сети и мессенджеры

Недостатки работы с социальными сетями и мессенджерами по-отдельности:

- большая нагрузка на менеджеров – невнимательность, пропуск счётчиков, конфликты с руководителями компании,
- медленная реакция на обращение клиента – потеря клиента.

Соответственно подключая мессенджеры и социальные сети к Битрикс24, клиент, обратившийся к организации через них, автоматически фиксируется внутри CRM, создаётся сделка, которую менеджер может довести до продажи и руководитель получает полный контроль над общением менеджера с клиентом, т. к. чат крепится к конкретному клиенту.

Таким образом, Битрикс24 включает такие инструменты для работы с клиентами как: «Открытые линии», онлайн-чат, CRM-формы, e-mail- и 1С-трекер, которые позволяют управлять коммуникациями с клиентами из ВКонтакте, Facebook, Telegram, Skype и онлайн-чата на сайте и тем самым обеспечивают возможность реализации омниканальности.

УДК 004.6.

## ЦИФРОВИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ БЕЛАРУСИ: ПОТЕНЦИАЛ OPEN DATA

Орлов П. Н.

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»  
e-mail: petr.orlov99@gmail.com

**Summary.** *The article is devoted to the analysis of the problems associated with the introduction of the concept of open data in the Republic of Belarus. The thesis is substantiated that the positioning of Belarus as a highly developed state cannot be imagined without the openness of the authorities and administration. Based on the analysis of the functioning of the national open data portal, public opinion polls, the experience of other countries, the author comes to the conclusion that there is a discrepancy between the declared goals and the actual practice of the project. Conceptual mechanisms for getting out of this situation are proposed.*

Позиционирование Республики Беларусь как высокоразвитого государства, ориентированного на стимулирование деловой инициативы и развитие предпринимательства, невозможно представить без открытости органов государственной власти и управления. Решить эту задачу предстоит проекту национального портала открытых данных, который можно рассматривать в качестве катализатора инновационной деятельности в сфере государственного управления, а также повышение ее эффективности [1, с. 96].

Создание национального портала предусмотрено рядом программных документов как практического инструмента развития в Беларуси сектора информационных услуг для населения и бизнеса, базирующегося на использовании данных государственных органов и организаций, опубликованных в открытом виде, доступном для машинного считывания.

При введении запроса в поисковой системе Google сайт оказался доступен в сети Интернет по адресу: <https://data.gov.by>.

Несмотря на наличие соответствующей информационной инфраструктуры, международные рейтинги говорят о том, что стране предстоит еще долгий путь в части развития этого направления. Так, по итогам четвертой волны исследования Open Data Barometer (последняя проходила в 2017 году) Беларусь оказалась на 92 месте среди стран, использующих платформу открытых данных [2].

Резонным остается вопрос об экономических эффектах использования открытых данных. Приведем здесь следующие цифры: на портале открытых данных Соединенных