Что сегодня нужно для запуска и управления компанией?

Для запуска бизнеса недостаточно идеи и инвестиций. Чтобы деятельность приносила стабильный доход, требуется эффективное управление и продвижение. Существенно упрощает решение этих задач цифровизация бизнес-процессов. Расскажем, как запустить и систематизировать бизнес-процессы на примере использования эко-системы от Билайн.

Запуск бизнес-проекта: важные моменты

Главные задачи на этапе запуска бизнеса – регистрация, продвижение и создание системы управления. Каждое из этих направлений так или иначе связано с интернет-платформами.

Регистрация

Любой бизнес в России требует государственной регистрации. Расчеты в наличной форме за товары и услуги фиксируются через онлайн-кассы с ОФД. За игнорирование этих требований предусмотрены штрафы. Например, за отсутствие онлайн-касс сумма штрафа для ИП составит не менее 10 000 руб., а для юридических лиц не менее 30 000 руб. Сумма зависит от величины расчетов, проведенных без использования онлайн-кассы.

Для предпринимателей эта существенная нагрузка. Чтобы избежать санкций и работать легально можно использовать онлайн-кассы с ОФД Билайн. Через оператора фискальных данных будет производится прием, обработка и отправка информации в ФНС, а также отправка чеков клиентам. Все просто и понятно, передача данных выполняется в режиме онлайн, отчеты формируются автоматически.

Продвижение

Для охвата целевой аудитории нужно использовать несколько вариантов рекламы. Платформа «Билайн.ПРОдвижение» помогает определить потенциальных покупателей и привлечь их среди 50-миллионной базы абонентов. В пакет входит пять видов рекламы и более 127 настроек поиска ЦА.

Управление

Качественное управление и контроль – базовые требования при организации бизнеса. Решает эти задачи применение CRM-систем. Ведение клиентской базы, контроль продаж и управление проектами обеспечивает «Мобильное предприятие» от Билайн.

Привлечение первых клиентов – с чего начать

Большая часть российских компаний закрывается в первый год работы. С чем это связано? С отсутствием омниканального подхода и цифровой трансформации. Поиск клиентов осуществляется старыми методами, через менеджеров, отправку коммерческих предложений, созданных в Word.

Интернет-торговля через маркетплейсы, лэндинговые платформы, конечно, дает результат. Но привлекать внимание аудитории можно и нужно с помощью других коммуникаций, таких как ретаргетинг, рассылки, автоматический обзвон. В «Билайн.ПРОдвижение» входит:

-Интернет реклама

-SMS-рассылки

-PUSH-рассылки

-Анализ аудитории

-Обзвон клиентов

-Мобильные опросы.

Помогает контролировать повторные продажи, экономить на дополнительных сотрудниках и снижать расходы на рекламные кампании.

Управление продажами и клиентской базой

Сердцем любого бизнеса выступает CRM-система. Та часть предпринимателей, которая отказывается от автоматизации, рискует остаться за боротом. Переход на современные CRM выступает мощнейшим конкурентным преимуществом.

Успешный формат современных компаний – это небольшой штат сотрудников и максимальное количество онлайн-сервисов.

Применение CRM «Мобильное предприятие» с ОАТС от Билайн обеспечивает:

-управление базой клиентов;

-создание автоматических воронок продаж;

-систематизацию информации о клиентах;

-интеграцию с телефонией.

При этом сохраняется статистика обращений, что помогает оценить работу отдельных сотрудников. С помощью отчетов, на основе статусов заявок, можно отслеживать долю успешных сделок и увеличивать их.

Оценка эффективности и значение аналитики

Совсем недавно автоматизированные рекламные сервисы, основанные на аналитике большого количества информации, могли позволить себе только крупные компании. С запуском эко-системы «Билайн.ПРОдвижение» это стало возможным для малого, среднего бизнеса. Аналитика помогает оценить рынок и адаптировать бизнес-процессы к новым реалиям.

Первое и главное – настраивать аналитику нужно на начальном этапе. На основе сегментирования аудитории можно трансформировать рекламный шум в коммуникацию, применить интерактивную рекламу.

Информация – это ключевой актив, если им не пользоваться, можно упустить бизнес-возможности и потерять прибыль.

Аналитика данных через сервисы Билайн-бизнес решает несколько задач:

-оценка эффективности рекламных кампаний и релевантные результаты для выбора рекламных каналов, промоакций и пр.;

-анализ бизнес-процессов и прибыльности отдельных направлений;

-анализ работы сотрудников;

-статистика успешных сделок.

Так с минимальными затратами можно решить максимум маркетинговых задач.

Геолокация, интересы аудитории – информация, с помощью которой выстраивается эффективная рекламная кампания. Для стартапа будет полезным «Маркетинговый опрос» и получение аналитического отчета с рекомендациями. «Умные голосовые звонки» помогут привлечь клиентов и сэкономить на сотрудниках.

Сервис Билайн бизнес – это альтернатива привлечения экспертов, содержит все инструменты для запуска, развития и эффективного управления компанией.