



Оптимізація роботи інтернет-магазину за допомогою системи LP-CRM

Автор:



Зміст



1. Вступ (актуальність, мета, завдання, короткий опис основних понять (CRM-система, інтернет-магазин та ін.)).

2. LP-CRM: функціональні можливості та переваги використання

3. LP-CRM системи у використанні інтернет-магазином

4. Детальний опис функціональних можливостей LP-CRM

5. Кейси успішного використання LP-CRM

6. Вартість та окупність інвестицій у LP-CRM

7. Висновки



АКТУАЛЬНІСТЬ

Інтернет-торгівля динамічно розвивається, що призводить до жорсткої конкуренції.

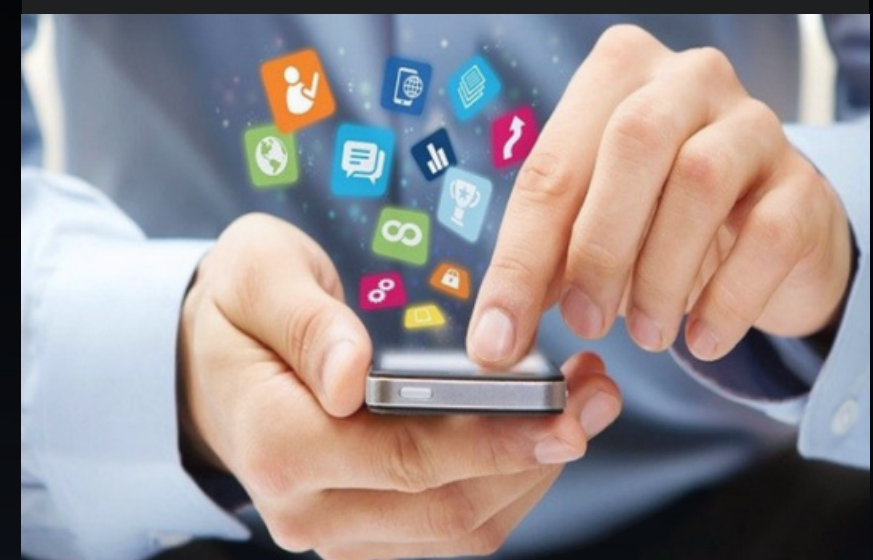
Багато інтернет-магазинів стикаються з такими проблемами, як низький рівень конверсії, високі витрати на рекламу та відсутність лояльності клієнтів.

LP-CRM система може допомогти інтернет-магазинам вирішити ці проблеми і значно підвищити їх ефективність.



МЕТА

Ознайомлення з LP-CRM системою та її можливостями.



ЗАВДАННЯ

- дати визначення LP-CRM та її функціональних можливостей;
- розглянути, як LP-CRM може допомогти інтернет-магазинам збільшити продажі, покращити конверсію, знизити витрати на рекламу, підвищити лояльність клієнтів та автоматизувати бізнес-процеси;
- навести приклади успішного використання LP-CRM системи інтернет-магазинами.
- розрахувати окупність інвестицій у LP-CRM.

Короткий опис основних понять

CRM-СИСТЕМА

програма, що дає змогу управляти даними клієнтів, автоматизувати завдання щодо комунікації з клієнтами, підтримує розвиток потенційних клієнтів та надає інформацію щодо можливих покращень.

ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

місце в інтернеті, де відбувається прямий продаж товарів юридичним або фізичним особам (споживачам), враховуючи доставку.

УПРАВЛІННЯ ВІДНОСИНАМИ З КЛІЄНТАМИ

концепція управління взаємовідносинами компанії з клієнтами, що включає збір, зберігання та аналіз інформації про клієнтів, постачальників, партнерів та їхні взаємовідносини.

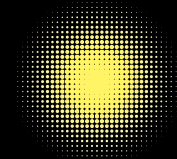
LP-CRM

- ЦЕ СИСТЕМА ДЛЯ ТОВАРНОГО БІЗНЕСУ З
ФУНКЦІЯМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ, ЯКА ОБ'ЄДНУЄ ВСІ
ВАШІ ЗАМОВЛЕННЯ З МАРКЕТПЛЕЙСІВ, САЙТІВ ТА
ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ В ОДНОМУ МІСЦІ

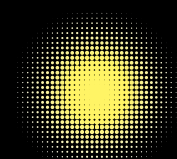


ОЛЕКСАНДР ЛУЦЕНКО
Засновник CRM-системи №1
у товарному бізнесі LP-CRM

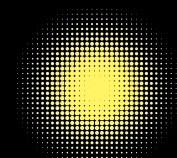
Переваги використання LP-CRM системи



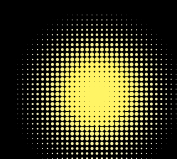
Статистика у режимі онлайн



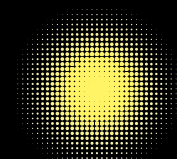
Сторінка вдячності та відслідковування актуальних товарів для підвищення середнього чеку



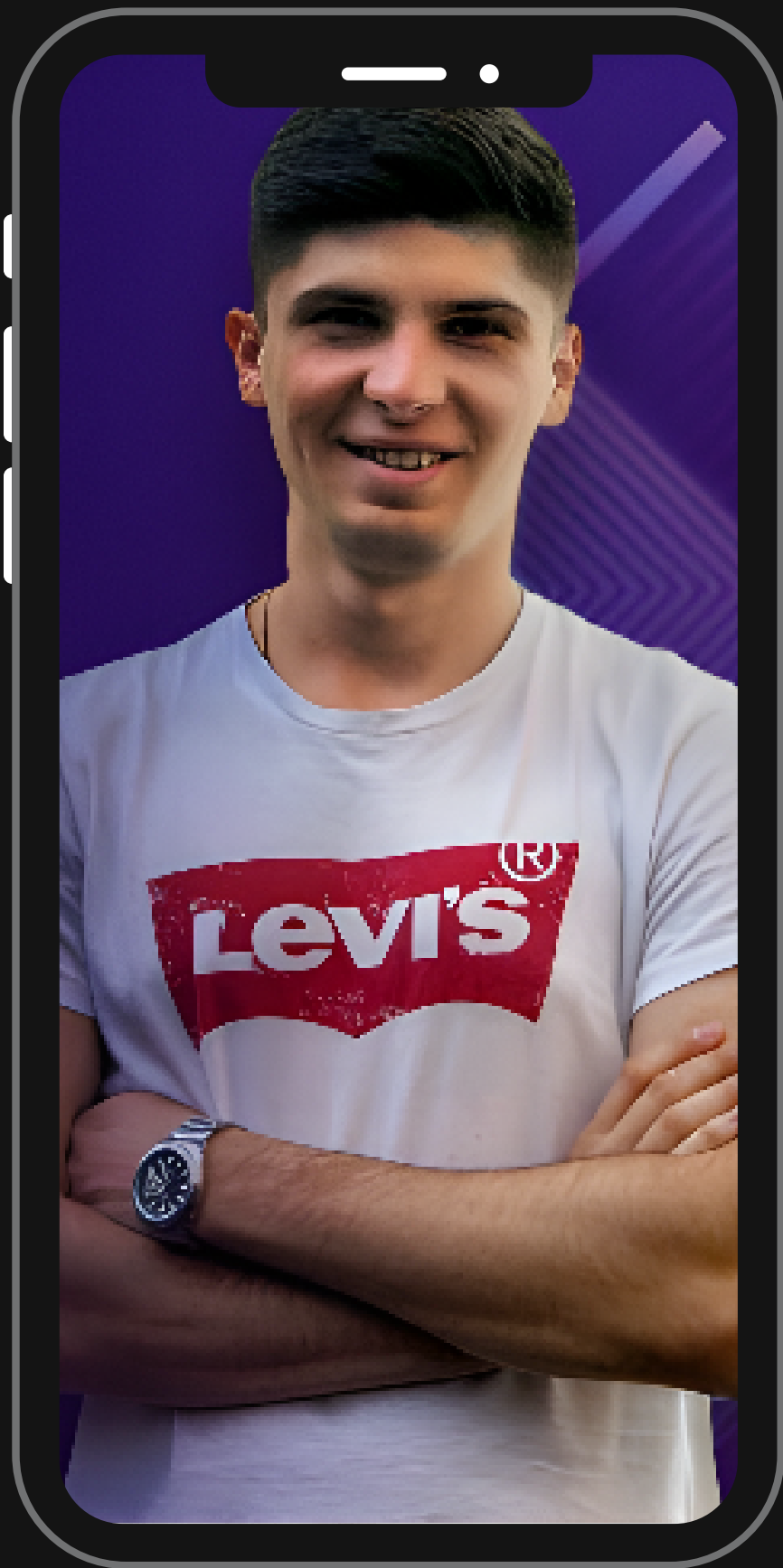
Utm-мітки - від хитрощів до результату



Повна інтеграція з поштовими службами - УкрПошта та Нова Пошта

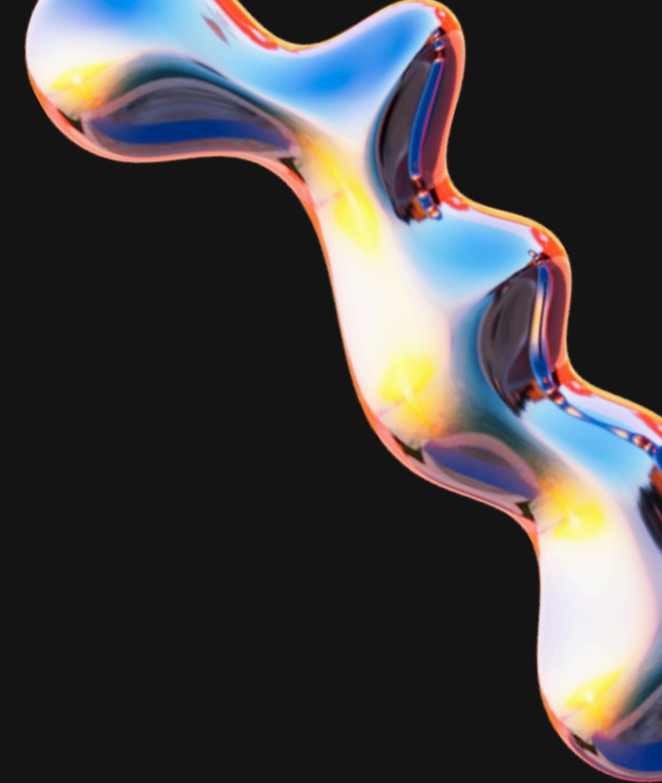


Одна система на 252 країни



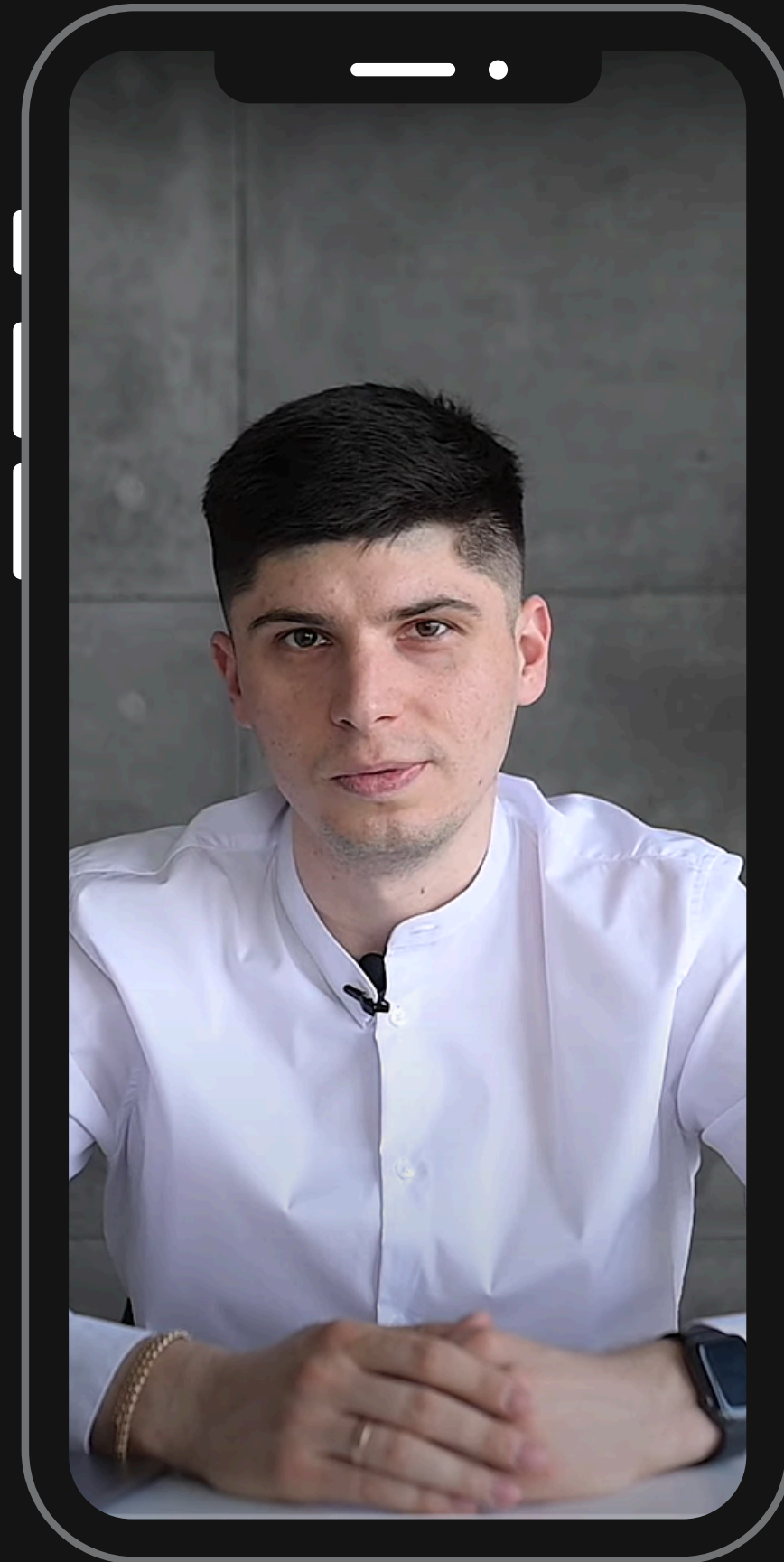
ОЛЕКСІЙ ДАЦЕНКО
власник кол-центру FlashCall

LP-CRM система у використанні інтернет-магазином



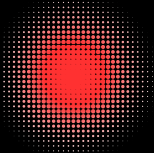
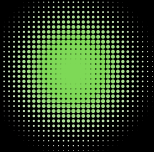
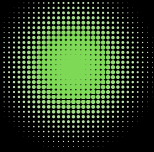
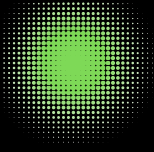
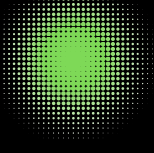
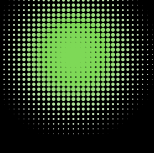
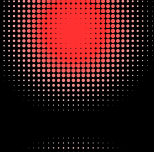
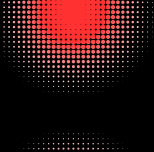

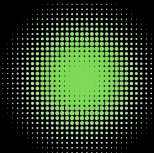
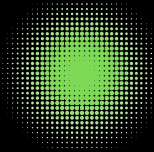
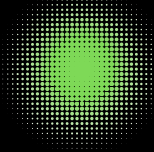
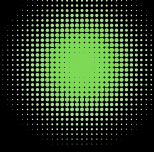
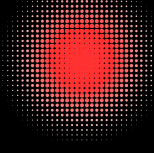
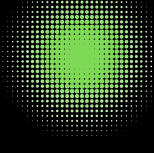
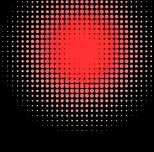
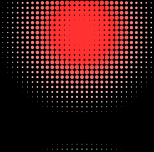

Чому саме LP-CRM?

“Тому що ми працюємо у товарному бізнесі більше 5 років, спробували різні CRM-системи і я можу з точністю сказати, що LP-CRM - найбільш досконала та найбільш адаптована CRM-система для товарного бізнесу в Україні.”



ОЛЕКСІЙ ДАЦЕНКО
власник кол-центру FlashCall

Детальний опис функціональних можливостей LP-CRM

-  Воронка продажів
-  Клієнтська база
-  Управління замовленнями
-  Каталог продукції
-  Колл-центр і телефонія
-  Історія взаємодії з клієнтом
-  Системи лояльності
-  Зберігання файлів
-  Діаграма Ганта, білінг та рахунки
-  Моніторинг роботи персоналу
-  Тайм-менеджмент
-  Управління підтримкою
-  Звіти та інтеграція з поштою
-  Відкритий вихідний код
-  Експорт/імпорт даних
-  Email-розсилки, підключення fiss.registrar
-  Шаблони проєктів
-  API інтеграції та веб-форми

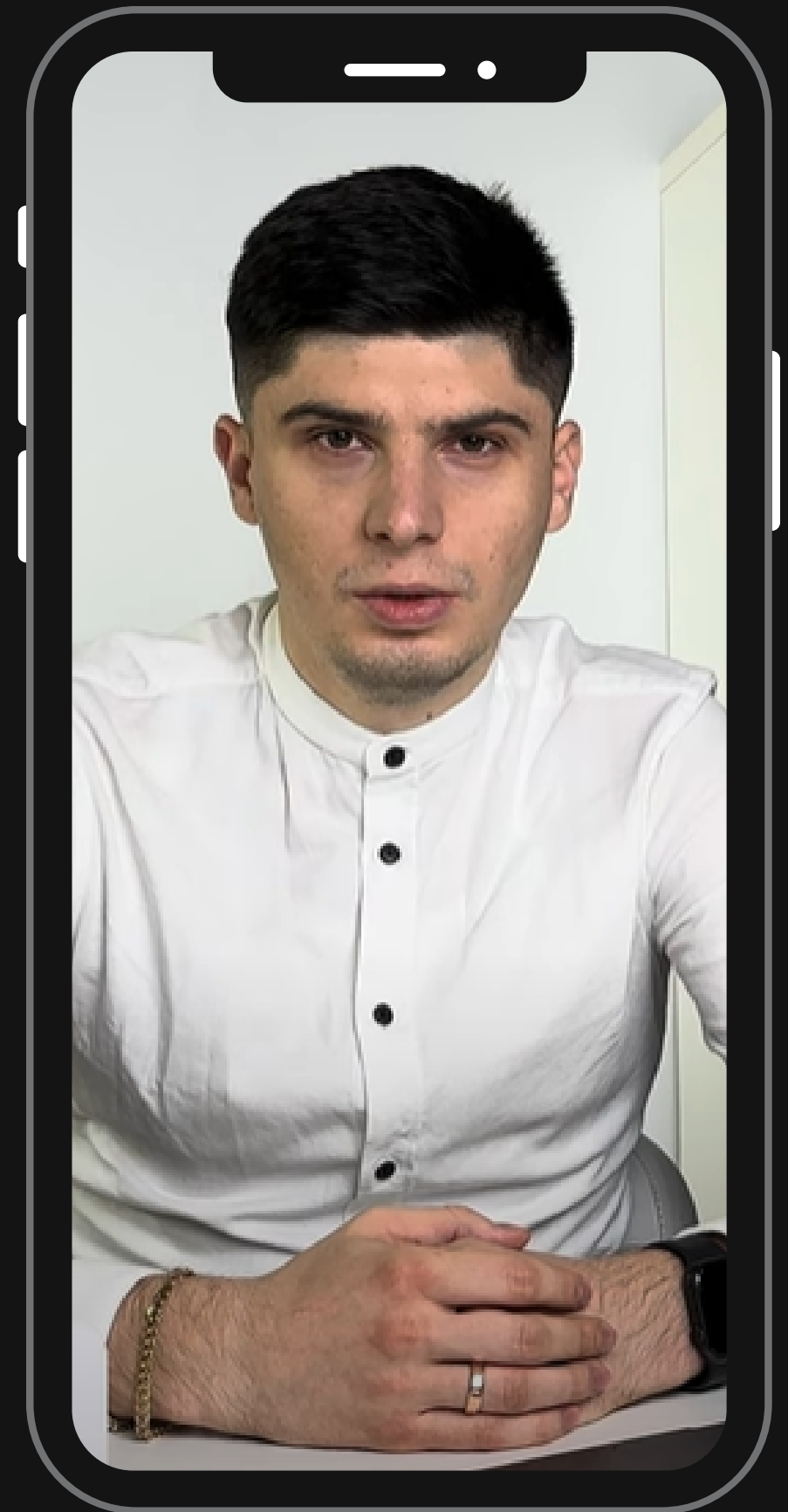
КЕЙСИ УСПІШНОГО ВИКОРИСТАННЯ LP-CRM

Три проблеми, які вирішили з LP-CRM

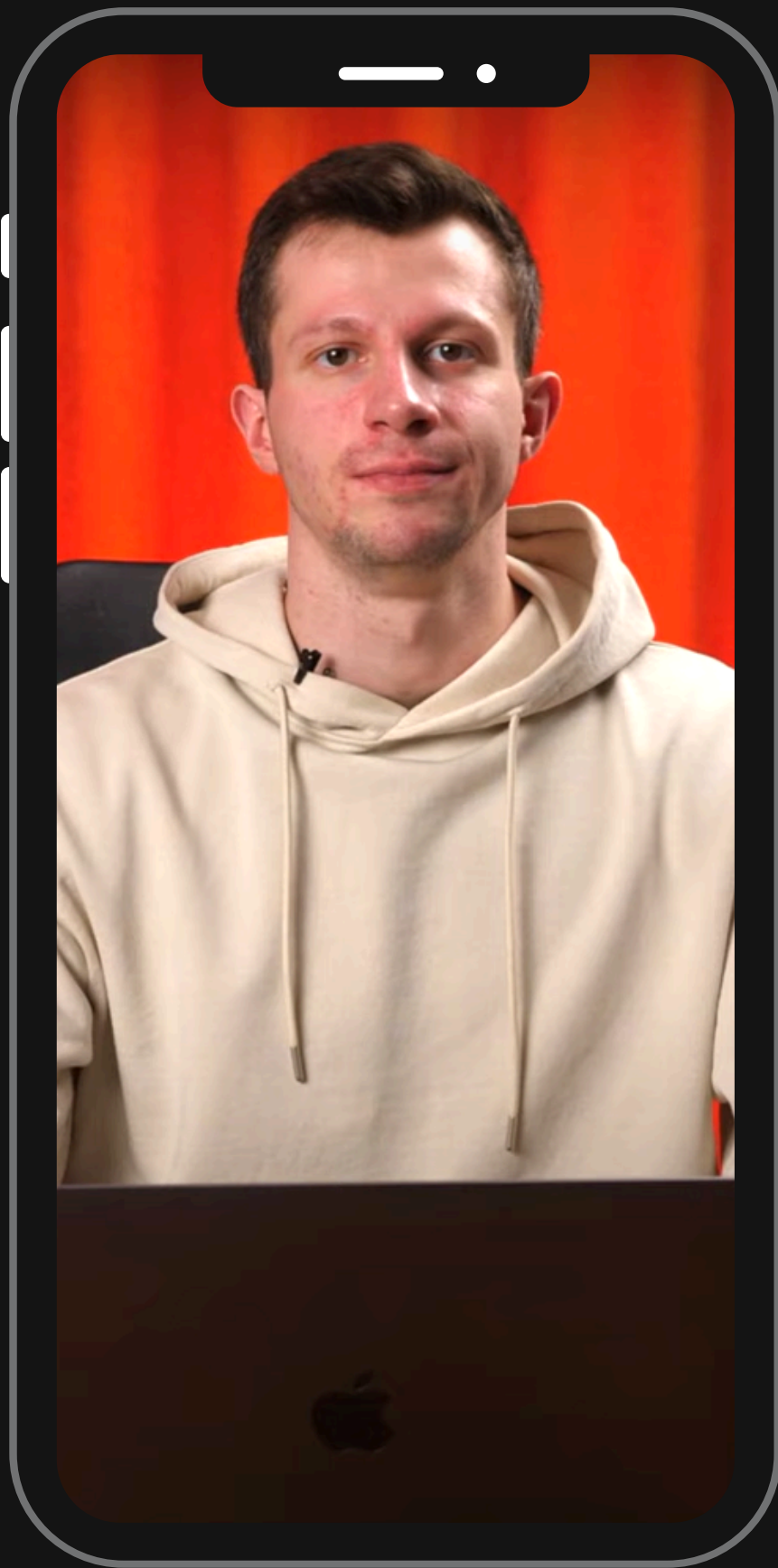
“По-перше, ми майже позбулися проблеми з крадіжкою замовлень.

По-друге, підвищили дисципліну серед співробітників та дав можливість кожному працювати на рівних правах.

По-третє, ми можемо у режимі онлайн аналізувати статистику кожного менеджера.”



ОЛЕКСІЙ ДАЦЕНКО
власник кол-центру FlashCall



ВАДИМ СТАНКЕВИЧ
директор кол-центру SkyCall

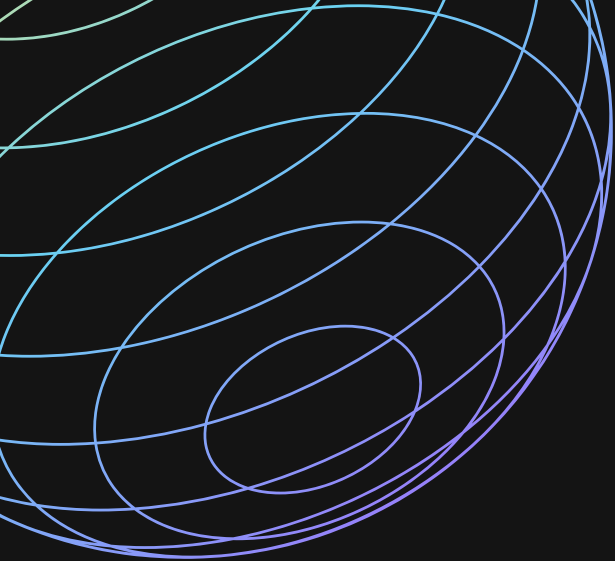
Три проблеми, які вирішили з LP-CRM

“По-перше, проста, прозора та зручна аналітика. Бізнес як на долоні.

По-друге, автоматизація процесів - це економить час, тобто кошти.

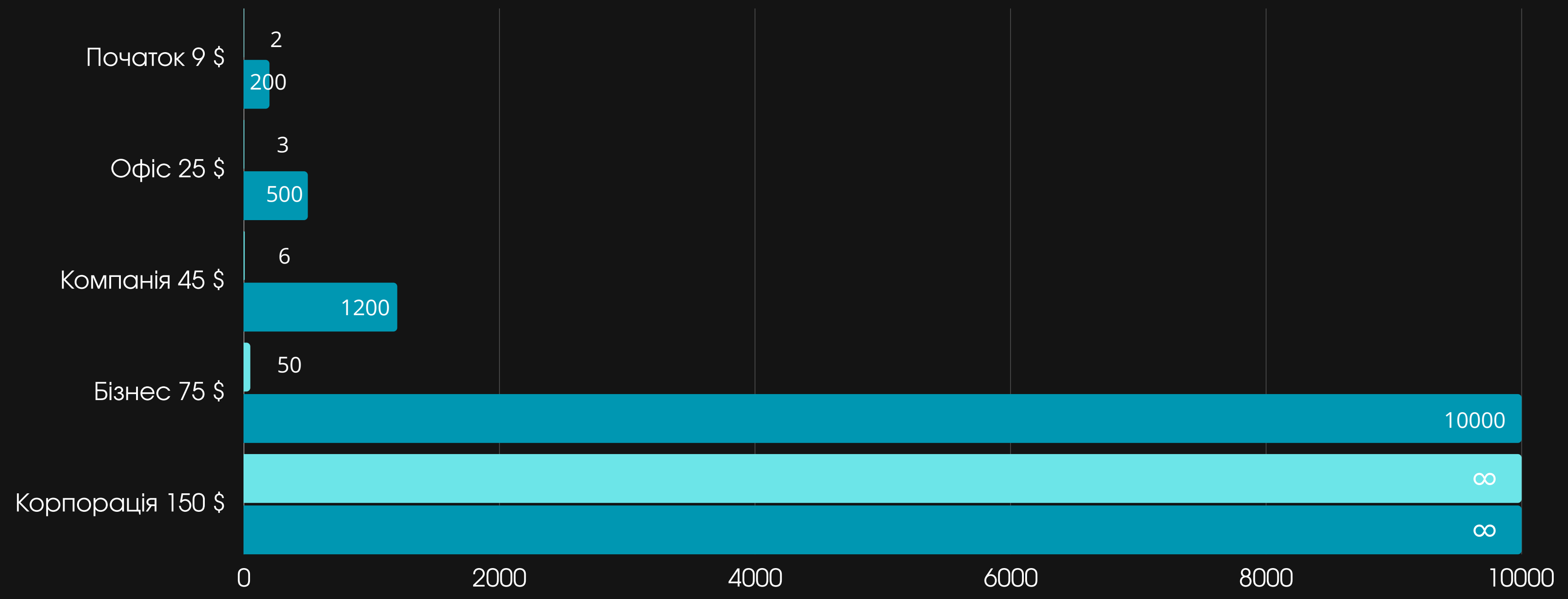
По-третє, зручні API та модулі для інтеграції.

Ми можемо співпрацювати з різними країнами, службами доставки, IP-телефонією тощо. І це все у одній CRM-системі.”



ВАРТІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙ У LP-CRM

Користувачі Замовлення



ОКУПНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙ У LP-CRM

$$PBP = \frac{\text{Початкові інвестиції}}{\text{Планові щорічні надходження (прибуток)}}$$

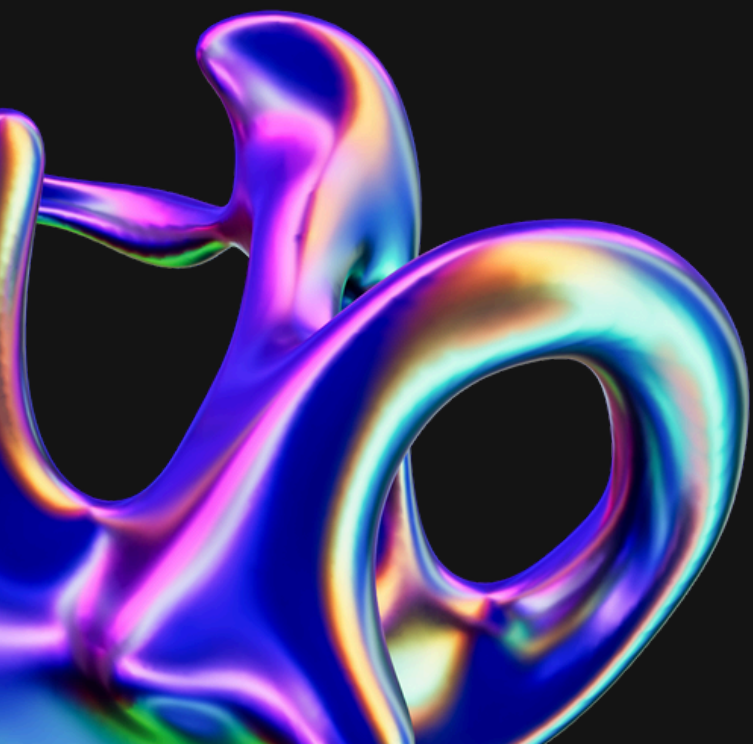
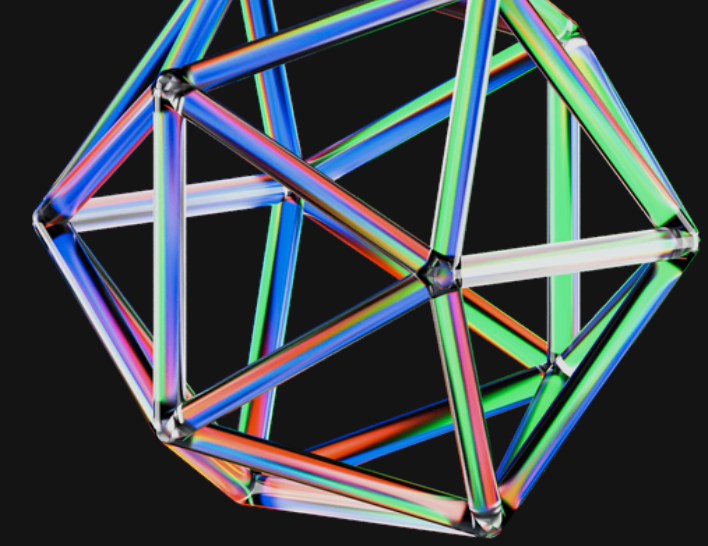
де PBP - період окупності проєкту (payback period)

$$PBP = 2972,93^*12 / 40000^*12 = 35675,13 / 480000 = 0,074^*$$

*курс долара станом на 25.04.2024 р. та за умови щомісячного доходу у 40000 грн.

ВИСНОВКИ

У сучасному конкурентному середовищі інтернет-торгівлі, LP-CRM система стає рятівним колом для багатьох магазинів. збираючи та аналізуючи дані про клієнтів, персоналізуючи пропозиції та покращуючи конверсію, LP-CRM може призвести до значного збільшення продажів, лояльності клієнтів та рентабельності інвестицій. Впровадження LP-CRM - це мудрий крок для будь-якого інтернет-магазину, який прагне досягти успіху та процвітання.





Дякую за
увагу!