

ПРОЕКТИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ ЛИДОГЕНЕРАЦИИ ДЛЯ ОТДЕЛА ПРОДАЖ ИТ-КОМПАНИИ

В.А. Печко, Е.В. Дирвук

В данном докладе описывается проектирование системы автоматизации бизнес-процесса по формированию базы потенциальных клиентов для отдела продаж ИТ-компании. Решается проблема оптимизации выполнения однообразной и повторяемой работы с максимальной скоростью, с целью повышения эффективности отдела продаж и дохода компании, а также стабильного роста базы потенциальных клиентов с уменьшением затрат времени менеджера по продажам.

Введение

Сегодня успешность IT бизнеса так или иначе зависит от успешных продаж. Формирование списка потенциальных клиентов – фундаментальная основа, на которой базируется весь цикл продаж.

Лидогенерация (англ. lead generation) – это набор маркетинговых тактик по поиску потенциальных клиентов, в результате которой находится покупатель с определенными контактными данными и интересом к предлагаемой категории услуг. Ключевая задача лидогенерации – увеличить и ускорить продажи маркетинговыми методами. Лид – это потенциальный клиент, соответствующий целевой аудитории и проявивший покупательский интерес.

Лидогенерация строится на исходящей от компании адресной коммуникации потенциальному клиенту и начинается с этапа поиска потенциальных лидов. Здесь используется несколько методик, нацеленных на поиск потенциальных клиентов в социальных сетях. Задача – создать список контактов, характеристики которых соответствуют портрету потенциальных клиентов. Первый способ – поиск лидов в соцсетях по ключевым словам и хештегам. Второй эффективный способ – поиск по сфере деятельности и должности в LinkedIn – социальной сети, созданной для демонстрации своих профессиональных качеств и квалификаций.

Актуальность и проблематика

Лидогенерация – эта та составляющая маркетинга, которая требует не глубокого умственного вовлечения, а трудоемкого исполнения бизнес-процессов. При небрежной реализации здесь возможно большое количество ошибок и избыточных шагов. Они приводят к дублированию действий и потерям времени команды отдела продаж. Эти проблемы сводятся к минимуму при наличии четко отстроенного бизнес-процесса лидогенерации. Одним из шагов по оптимизации бизнес-процесса является его автоматизация.

К тому же, методики генерации лидов как правило лавируют между качеством и количеством и очень важно поддерживать баланс. Очевидно, что действия по поддержанию количественной составляющей списка должны быть выгодными с экономической точки зрения, поэтому целесообразно

автоматизировать данный процесс с помощью написания программного продукта.

Актуальность разработки обусловлена необходимостью оптимизировать выполнение однообразной и повторяемой работы с максимально возможной скоростью, чтобы менеджеры по продажам могли сконцентрировать свою деятельность на более важных задачах, тем самым повышая эффективность отдела продаж, а соответственно и повышая доход компании.

Цель и результаты работы

Целью исследования является проектирование системы автоматизации процессов лидогенерации, выполняющей автоматические действия по поиску и сбору данных о потенциальных клиентах на профессиональных Интернет-площадках.

Проектирование системы автоматического захвата потенциальных клиентов начинается с анализа существующих решений по данной проблематике. Достоинства уже существующих аналогов в совокупности с разработкой системы под нужды конкретной сферы деятельности компании дает разрабатываемой системе конкурентное преимущество. Кроме того исследование имеющихся решений показало наиболее существенные недостатки, которые также можно предотвратить при проектировании системы: накопление устаревшей информации из-за редких обновлений баз данных, доступ к базам широкого круга компаний, что увеличивает конкуренцию и чревато занесением в спам исходящих рассылок, которыми потенциальный клиент, состоящий в базе, часто подвергается, вероятность ошибок в виду заинтересованности сервиса в допродажах своих услуг, манипулируя при этом контролем качества. При покупке сервиса «под ключ» без последующих услуг гарантии, поддержки и обновления существует большой риск потери ряда функциональности по причине изменения способа защиты от автоматизации, обновления API или внешнего представления автоматизируемого ресурса.

Далее выполняется анализ профессиональных Интернет-площадок для поиска потенциальных клиентов, выбирается наилучший вариант для автоматизации. Исследования показали, что LinkedIn – самая большая в мире профессиональная социальная сеть, на которой стоит остановиться при выборе источника лидогенерации. Ее конверсия (просмотры сайта и ответы на письма лидов, найденных на данном ресурсе) в сравнении с другими наиболее популярными мировыми социальными сетями составляет 2,74%, в то время как у Facebook – 0,77%, Twitter – 0,69%.

Следующим этапом является определение портрета потенциального клиента (критериев релевантности). Портрет потенциального клиента включает следующие характеристики:

1. сфера деятельности;
2. местоположение;
3. должность;
4. профессиональные навыки;
5. профессиональные интересы;

6. источники информации.

После определения портрета потенциального клиента разрабатываются библиотеки ключевых слов для поиска релевантных контактных лиц. Для поиска в LinkedIn проектируемая система использует список ключевых слов по искомым технологиям, которые можно изменять/дополнять пользователю по его усмотрению, список ключевых слов по должности для поиска среди сотрудников компании лица, принимающего решение и последующего занесения его контактов в базу данных системы, а также ключевые слова по странам размещения лидов. По данным библиотекам осуществляется фильтрация поиска лидов системой и вывод пользователю лидов, подходящих по всем заданным критериям.

В целом, система автоматизации реализует следующую функциональность:

1. Пользователь заносит ключевые слова по требуемым технологиям и должностям в поля программы, а также выставляет фильтр местонахождения и индустрии, в соответствии с этими настройками осуществляется поиск в LinkedIn подходящих под портрет потенциального клиента лидов.

2. Система автоматизации проверяет страницы сайта социальной сети на предмет нахождения там ключевых слов, предварительно выбранных пользователем, копирует данные определенных полей с контактами лида к себе в базу и выдает их в удобном для пользователя виде.

3. Выводится информация о самом человеке, о его текущей компании и вакансиях этой компании, тем самым предоставляя достаточно информации для установления контакта с человеком и поддержания разговора.

4. База сгенерированных лидов экспортируется в виде таблицы Excel для последующего легкого импорта в используемые в компании CRM-системы.

Для проектирования концептуальной модели базы данных используется AllFusion ERwin Data Modeler - CASE-средство для проектирования и документирования баз данных, которое позволяет создавать, документировать и сопровождать базы данных, хранилища и витрины данных.

Для разработки мокапа системы используется функционал сервиса moqups.com.

Учитывая выше поставленные задачи, для реализации системы выбран язык программирования C#. Для работы с базами данных через объектно-ориентированный код C# используется платформа Entity Framework, которая представляет собой набор технологий ADO.NET, обеспечивающих разработку приложений, связанных с обработкой данных.

Для взаимодействия с JSON API сайта LinkedIn были изучены запросы, используемые самим сайтом LinkedIn для получения данных. На стороне приложения использовался стандартный объект WebRequest, для преобразования полученных ответов в .NET-объекты использовалась библиотека newtonsoftjson.

Последними этапами работы являются: тестирование разработанной системы, исправление найденных багов, составление руководства по пользованию системой менеджерам по продажам, а также разработка плана

будущих расширений функционала для поддержки актуальности и гибкости системы в определенные этапы развития отдела продаж, без излишних затрат на ненужные в данный момент функции.

Преимущества разработанной системы в сравнении с существующими проанализированными аналогами:

1. возможность обеспечения поддержки гибкости и надежности при изменениях в инфраструктуре профессиональных сетей;

2. уникальная база лидов как результат работы программы, настроенной под нужды конкретного предприятия;

3. хранение базы данных на локальном сервере, что гарантирует большую безопасность от передачи ее третьим лицам;

4. возможность выбора эффективного источника лидогенерации для автоматизации, а также настройки фильтрации под выработанный на предприятии портрет потенциального клиента;

5. возможность обрабатывать данные, экспортировать их в CRM-системы, выгрузка собранных контактных данных клиентов в виде таблицы.

Заключение

Таким образом, внедрение системы автоматизации в процессы продаж сэкономит время и ресурсы, позволит вывести рутинные процессы, которые обычно выполняются вручную, на более высокий уровень, интегрировать источники данных, повысить уровень безопасности и защиты корпоративных данных, открыть новые маркетинговые возможности и повысить эффективность маркетинга.

Результат - оптимизация поиска и привлечения потенциальных клиентов, стабильный рост клиентской базы - достигнут.

Список литературы

1. Янч, Дж. Маркетинг без диплома. Просто и практично / Дж. Янч. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 304 с.
2. Трейси, Б. Полное руководство для менеджера по продажам / Б. Трейси, Ф. М. Шеелен. – М. : Попурри, 2014. – 240 с.
3. Баранов, А. Е. 3 правила успеха Интернет-маркетинга / А. Е. Баранов. – М. : РИОР, 2011. – 232 с.
4. LinkedIn 277% More Effective for Lead Generation Than Facebook & Twitter [Electronic resource] / Rebecca Corliss. – HubSpot Inc., 2012. – Mode of access: <http://blog.hubspot.com/marketing>. – Date of access: 20.03.2016.

Печко Валерия Александровна, студентка кафедры системного программирования и компьютерной безопасности Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, специальность - Управление информационными ресурсами, 4 курс, rechko_val_12@mf.grsu.by

Дирвук Евгений Владимирович, старший преподаватель кафедры системного программирования и компьютерной безопасности Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, dirvuk@gmail.com