



КАК ОБЕСПЕЧИТЬ НАДЕЖНОСТЬ ПРОЦЕССОВ ПРОДАЖ: ОПЫТ SLICKJUMP С COMINDWARE CRM

Кейс SlickJump

SlickJump®

SlickJump – инновационная российская технологическая компания, резидент фонда «Сколково», разработчик собственной рекламной платформы контекстной рекламы, базирующейся на интеллектуальных алгоритмах анализа смысловой составляющей контента. Компания использует запатентованные технологии лингвистического анализа для повышения эффективности рекламных показов, объединяя более 5000 редакторских площадок Рунета с рекламодателями из фармацевтического, FMCG, автомобильного и других секторов.

Стремясь к оптимизации управления длительным циклом продаж и повышению эффективности взаимодействия с клиентами, SlickJump провела успешную автоматизацию процессов с использованием low-code BPM-платформы Comindware. Этот кейс демонстрирует, как гибкий подход к автоматизации бизнес-процессов, вовлечение конечных пользователей в разработку и использование low-code технологий позволяют преодолеть технические ограничения и создать по-настоящему эффективный инструмент управления продажами.

Проект доказывает, что комплексная автоматизация всего цикла взаимодействия с клиентами – от первого контакта до получения оплаты – помогает повысить надежность процессов, обеспечить прозрачность и управляемость бизнеса, и в конечном итоге увеличить эффективность работы с клиентами.

ТЕЗИСЫ

- ✓ Внедрение CRM-системы на базе Comindware Platform полностью устранило даже минимальные риски срыва сроков запуска рекламных кампаний и создало прозрачность всего процесса от лида до оплаты.
- ✓ Ключевым фактором успеха стала возможность адаптировать процессы под специфику рекламного бизнеса, а не подстраивать бизнес под готовые решения, особенно после опыта использования стандартных CRM-систем.
- ✓ Автоматизация генерации медиапланов и коммерческих предложений существенно ускорила подготовку документов и улучшила качество обслуживания клиентов.
- ✓ Высокий уровень принятия и эффективного использования нового инструмента был достигнут благодаря вовлечению сотрудников отдела продаж на самых ранних этапах проектирования системы.
- ✓ Создание единой информационной среды и исключение дублирования данных стало возможным благодаря интеграции процессов управления продажами с уже автоматизированными на базе Comindware Platform процессами контроля дебиторской задолженности.



«Самый большой и значимый успех – устранение операционных рисков в процессах продаж. Благодаря Comindware CRM мы создали надежную систему контроля всех этапов работы с клиентами. Система обеспечивает четкое планирование, своевременные напоминания и полную прозрачность процессов, что позволяет нам гарантировать высокое качество обслуживания и точное соблюдение всех договоренностей с клиентами. Это критически важно для нашего бизнеса и репутации на рынке, и дает нам серьезное конкурентное преимущество».

Антон Кривоногов,
SlickJump

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ

SlickJump – российская технологическая компания, разработчик одноименной платформы контекстной рекламы с аудиторией более 64 миллионов пользователей в месяц. Компания использует собственные запатентованные технологии лингвистического анализа, обеспечивающие высокую эффективность показов рекламных объявлений для крупных фармацевтических, FMCG, автомобильных и других брендов.

Бизнес SlickJump характеризуется длительным циклом продаж. Обсуждение рекламных кампаний часто начинается за несколько месяцев до их запуска, что требует тщательного планирования и контроля на всех этапах – от первого контакта до запуска кампании и получения оплаты.

Цифры:

- ✓ Систематизация процессов продаж позволила оптимизировать планирование запуска 100% рекламных кампаний
- ✓ После внедрения Comindware CRM обеспечена полная прозрачность и контроль выполнения договоренностей с клиентами
- ✓ Время подготовки медиапланов и коммерческих предложений сократилось на 70%
- ✓ Внедрение и тонкая настройка CRM-системы заняла всего 2-3 месяца
- ✓ Период активных корректировок и улучшений системы составил 6-9 месяцев
- ✓ Повышение конверсии из лида в клиента демонстрирует постоянную положительную динамику

ПРЕДПОСЫЛКИ ПРОЕКТА

В SlickJump, как и во многих компаниях рекламной индустрии, бизнес-процессы характеризуются длительным циклом продаж. Специфика работы требует особого подхода к взаимодействию с клиентами: от первичного контакта до запуска рекламной кампании может пройти несколько месяцев, а иногда и более полугодя.

Эта особенность создавала вызовы в управлении взаимоотношениями с клиентами. Менеджеры по продажам проводили встречи, презентации, готовили медиапланы, но из-за длительного временного промежутка между согласованием и запуском кампании некоторые сделки требовали дополнительного контроля для обеспечения своевременного выполнения.

Руководство SlickJump проанализировало ситуацию и выявило, что до 20% рекламных кампаний запускались в авральном режиме или переносились на другие временные слоты из-за недостаточной систематизации процессов. Это приводило к неоптимальному использованию ресурсов и потенциальному снижению удовлетворенности клиентов.

Для оптимизации процессов компания предприняла несколько попыток внедрения стандартных CRM-систем от известных производителей. Однако эти проекты столкнулись с ограничениями:

- ✓ Стандартные CRM-системы имели заранее заданные этапы воронки продаж (обычно 4-5 стадий), в то время как реальный процесс в SlickJump включал до 8 различных этапов.
- ✓ Существующие решения были ориентированы на простые продажи с коротким циклом и не учитывали необходимость долгосрочного планирования запуска рекламных кампаний. Сделка считалась завершённой в момент подтверждения клиентом, хотя до фактического запуска кампании и получения оплаты часто оставалось еще много времени.
- ✓ Менеджеры по продажам предпочитали работать с привычными инструментами — личными заметками, календарями и электронной почтой, поскольку стандартные системы не полностью соответствовали их рабочим процессам.
- ✓ Адаптация готовых CRM-систем требовала значительных ресурсов, включая выделение сотрудника для ручной актуализации статусов сделок.

После двух попыток внедрения готовых CRM-решений стало очевидно, что компании необходим принципиально иной подход — создание гибкого решения, которое можно настроить точно под процессы SlickJump, а не адаптировать бизнес под возможности системы.

К тому моменту SlickJump уже успешно реализовала проект [автоматизации работы с дебиторской задолженностью](#) на low-code BPM-платформе Comindware, что стало важным фактором в выборе инструмента для решения проблем в области управления продажами.

ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Команда SlickJump поставила перед собой несколько конкретных и измеримых целей при внедрении Comindware CRM на базе Comindware Platform:

- ✓ Повысить надежность процессов продаж. Нужна была система, которая обеспечивает четкое планирование и контроль всех этапов работы с клиентами.
- ✓ Объединить работу с клиентами и управление дебиторской задолженностью в единую цепочку – чтобы видеть весь путь от первого контакта до получения денег.
- ✓ Создать CRM, которая отражает реальный процесс продаж SlickJump со всеми его особенностями, а не заставляет команду подстраиваться под чужие шаблоны.
- ✓ Избавить сейлз-команду от ручного составления медиапланов и предложений, чтобы они могли сосредоточиться на общении с клиентами.
- ✓ Обеспечить менеджмент инструментами для прогнозирования доходов и анализа эффективности работы команды продаж.
- ✓ Создать инструмент настолько удобный, чтобы менеджеры пользовались им по собственному желанию, а не "из-под палки".
- ✓ Внедрить систему, которую можно улучшать и адаптировать под меняющиеся потребности бизнеса.

Ключевое отличие от предыдущих попыток автоматизации: цели формировались вместе с командой продаж, а не спускались сверху. Это позволило сразу учесть реальные потребности пользователей и заложило основу для успеха проекта.

ПРИЧИНА ВЫБОРА COMINDWARE PLATFORM

Выбор Comindware Platform в SlickJump был обусловлен несколькими ключевыми факторами, которые в полной мере соответствовали требованиям и стратегическим задачам компании.

Прежде всего, решающую роль сыграл положительный опыт использования этой платформы для автоматизации процессов управления дебиторской задолженностью. Команда SlickJump уже была знакома с возможностями платформы и освоила философию процессного управления, что существенно снижало риски нового проекта.

Определяющими преимуществами Comindware Platform стали:

- ✓ Low-code подход позволил SlickJump создать точную модель собственных процессов продаж с учетом всех специфических этапов и требований рекламного бизнеса. В отличие от стандартных CRM-систем, команда могла спроектировать именно те процессы, которые нужны компании, не подстраиваясь под заранее заданные шаблоны.
- ✓ Платформа обеспечила возможность оперативно вносить изменения в рабочие процессы и формы по мере выявления новых требований. Это было критически важно после опыта предыдущих внедрений, когда жесткая структура готовых CRM-систем становилась препятствием для эффективного использования.
- ✓ Поскольку система контроля дебиторской задолженности уже работала на Comindware Platform, новая CRM стала естественным расширением существующего решения. Общие справочники и единые бизнес-объекты обеспечили целостность данных без дублирования информации.
- ✓ Встроенный функционал экспорта данных и создания документов по шаблону стал основой для автоматизации генерации медиапланов и коммерческих предложений — одной из ключевых задач проекта.
- ✓ Возможность создавать различные формы для разных задач помогла разработать максимально простые и понятные интерфейсы для менеджеров по продажам, что способствовало высокому уровню принятия системы.
- ✓ Интеграция с календарем и механизмы планирования запуска рекламных кампаний стали ключевыми для обеспечения гарантированной надежности планирования и взаимодействия с клиентами.
- ✓ Использование уже имевшихся лицензий и внутренней экспертизы существенно снизило затраты на внедрение. Потребовалось лишь добавить пользовательские лицензии для сотрудников отдела продаж.

Таким образом, Comindware Platform предоставила SlickJump именно те возможности, которых не хватало в готовых решениях — гибкость, адаптивность и полное соответствие реальным бизнес-процессам компании.

ХОД РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Реализация проекта по внедрению Comindware CRM в SlickJump проходила последовательно, с активным вовлечением конечных пользователей на всех этапах. Этот подход кардинально отличался от предыдущих попыток внедрения готовых CRM-решений и во многом определил успех проекта.

Команда проекта начала с создания BPMN-модели процесса продаж SlickJump, тщательно отразив все стадии от первого контакта с клиентом до запуска рекламной кампании. К этой работе активно привлекались сотрудники отдела продаж, которые делились своим опытом о реальном ходе сделок, временных рамках, проблемных точках и необходимых промежуточных шагах. Такое совместное проектирование позволило создать модель процесса, максимально соответствующую реальности. После создания первой версии модели она была представлена всей команде продаж для обсуждения, доработки и достижения компромиссного решения, устраивающего и менеджмент, и сотрудников.

На основе согласованной модели процесса была проведена тонкая настройка Comindware CRM. Учитывались все собранные требования: от менеджеров по продажам – какие данные им нужны для ведения клиентов, от руководства – что необходимо для учета и планирования. Особое внимание уделялось связи с уже функционирующей системой контроля дебиторской задолженности. Команда тщательно проанализировала, какие атрибуты и объекты используются в существующем решении, чтобы обеспечить единство данных и избежать дублирования. В частности, была реализована концепция контрагента как единой сущности, используемой в обеих системах.

Для запуска системы потребовалось перенести данные о клиентах, сделках и контактах из разрозненных источников – предыдущих CRM-систем, Excel-таблиц, электронной почты. Этот процесс включал не только техническую миграцию, но и нормализацию данных – очистку дублей, структурирование информации, актуализацию статусов.

Отличительной особенностью проекта стала быстрая обратная связь от пользователей. Уже на второй неделе после запуска системы команда начала получать предложения по улучшению от менеджеров по продажам. Это позволило оперативно выявить несоответствия между первоначальной моделью и реальными потребностями, а затем быстро внести необходимые корректировки. Среди основных изменений, внесенных по результатам обратной связи, было уточнение воронки продаж – добавление промежуточных статусов, которые более точно отражали процесс работы с клиентами.

Одним из ключевых улучшений стала разработка механизма автоматического создания медиапланов (коммерческих предложений) на основе данных CRM-системы. Для этого требовалось тесное взаимодействие с технической командой SlickJump, которая помогла реализовать интеграцию с системой показа рекламы. Созданный механизм позволил автоматически включать в медиапланы описание продуктов, расчеты объемов рекламных кампаний, учитывать скидки, применимые к конкретному клиенту. Менеджеры на выходе получали практически готовый документ, требующий лишь финальной проверки перед отправкой клиенту.

Еще одним важным этапом стала разработка функционала планирования запуска рекламных кампаний с привязкой к календарю. Это позволило создать четкую картину предстоящих запусков и объемов, что существенно упростило финансовое планирование в компании.

После основного внедрения, которое заняло около 2-3 месяцев, последовал период активных корректировок и улучшений продолжительностью около полугода. Однако и по завершении этого периода система продолжает развиваться: команда регулярно проводит аудит процесса продаж, вносит корректировки в шаблоны документов, адаптирует систему под изменения в законодательстве и бизнес-требованиях.

При реализации проекта команда не стремилась полностью изменить привычные методы работы менеджеров по продажам. Вместо этого был найден компромисс между формализацией процессов в CRM и сохранением гибких, удобных для сотрудников способов работы. Это способствовало более высокому уровню принятия системы и ее фактическому использованию в ежедневной деятельности.

Трудности проекта

Несмотря на успешную реализацию, проект внедрения CRM-системы на базе Comindware Platform в SlickJump столкнулся с рядом сложностей, которые команде пришлось преодолевать.

Самым серьезным вызовом, как и во многих проектах автоматизации, стало преодоление скептицизма пользователей. После двух неудачных попыток внедрения CRM-систем у сотрудников отдела продаж сформировалось негативное отношение к подобным инициативам. Они воспринимали CRM как лишнюю бюрократию и отвлечение от основной работы – продаж.

Для преодоления этого сопротивления команда проекта сделала акцент на вовлечении сотрудников в процесс проектирования с самых ранних этапов. Менеджеры по продажам участвовали в обсуждении процессов, высказывали свои пожелания и видели, что их мнение учитывается. Это создало ощущение причастности к созданию системы, а не навязанного извне инструмента.

Несмотря на тщательное проектирование, первая версия бизнес-процесса оказалась слишком детализированной и громоздкой для практического использования. При переносе теоретической модели на реальные сделки выяснилось, что процесс содержит избыточные шаги и задачи, которые замедляли работу менеджеров и создавали ненужную бюрократию.

Для решения этой проблемы команда сделала ставку на гибкость и итеративный подход. Процесс был упрощен: некоторые этапы объединили, задачи распараллелили, устранили излишние формальности. Система оперативно адаптировалась под выявленные потребности, что включало корректировку воронки продаж, добавление промежуточных статусов, изменение справочников и основных атрибутов лидов и сделок.

Техническим вызовом стала необходимость обеспечить связность данных между новой CRM-системой и уже работающей системой контроля дебиторской задолженности. Поскольку обе системы были созданы на одной платформе Comindware, удалось избежать сложных интеграций – вместо этого системы используют общие бизнес-объекты, такие как контрагент, рекламная кампания, контакт и другие. Это обеспечило целостность данных и создало единый процесс от лида до получения оплаты без дублирования информации.

Важной сложностью стал поиск правильного баланса между формализацией процессов в CRM и сохранением гибкости, необходимой менеджерам по продажам. Слишком жесткая регламентация могла привести к отторжению системы, а недостаточная структурированность — к потере контроля над процессом.

Команда решила эту дилемму, выделив ключевые контрольные точки, которые обязательно должны отражаться в CRM (например, отправка медиаплана, подтверждение клиента, запланированная дата запуска кампании), но оставив менеджерам свободу в выборе методов коммуникации с клиентами в промежутках между этими точками.

Как и во многих проектах внедрения CRM, серьезной проблемой стало обеспечение качества исходных данных. Информация о клиентах, контактах и сделках была разрознена по разным источникам, содержала дубли, устаревшие сведения и несогласованные форматы. Для решения этой проблемы был проведен тщательный аудит и нормализация данных перед их переносом в новую систему. Это потребовало значительных усилий, но в результате компания получила актуальную и структурированную базу для дальнейшей работы.

Несмотря на все трудности, команде удалось успешно реализовать проект благодаря гибкому подходу, ориентации на потребности пользователей и использованию возможностей Comindware Platform для быстрой адаптации системы к меняющимся требованиям.

Достижения проекта

Внедрение CRM-системы на базе Comindware Platform принесло SlickJump целый ряд значимых результатов, которые существенно повысили эффективность бизнеса и качество обслуживания клиентов.

Самым важным достижением проекта стало повышение надежности и предсказуемости процессов продаж. Система обеспечила 100% гарантированное выполнение договоренностей с клиентами по срокам запуска рекламных кампаний. Автоматическое отслеживание статусов сделок, напоминания о приближающихся датах запуска и четкая фиксация всех договоренностей создали прозрачный и управляемый процесс от первого контакта до запуска кампании.

Автоматизация генерации медиапланов и коммерческих предложений значительно сократила время, которое менеджеры тратили на подготовку документов. Система автоматически включает в документы описание продуктов, расчеты объемов рекламных кампаний, учитывает скидки, применимые к конкретному клиенту. Это не только ускорило процесс, но и повысило качество документов, исключив ошибки и несоответствия, возникающие при ручной подготовке. Менеджеры получили возможность сосредоточиться на работе с клиентами, а не на технических аспектах оформления предложений.

Интеграция CRM-системы с системой контроля дебиторской задолженности обеспечила единое представление о клиентах на всех этапах взаимодействия — от первого контакта до получения оплаты. Это позволило избежать дублирования данных, повысило их точность и обеспечило согласованность действий всех подразделений компании. Единая информационная среда также упростила процессы отчетности и анализа, предоставив руководству SlickJump целостную картину бизнеса.

Система обеспечила высокий уровень прозрачности процессов продаж для руководства SlickJump. Менеджмент получил возможность в реальном времени видеть статусы всех сделок, анализировать воронку продаж, оценивать эффективность работы менеджеров. Особенно ценной стала возможность прогнозирования будущих доходов на основе планируемых запусков рекламных кампаний. Это значительно повысило точность финансового планирования и обеспечило более эффективное распределение ресурсов компании.

Команда SlickJump отмечает постоянную положительную динамику в конверсии лидов в клиентов. Более четкое отслеживание всех этапов работы с клиентами, своевременное выполнение всех обещаний и более качественная подготовка коммерческих предложений закономерно привели к повышению эффективности продаж и укреплению репутации компании как надежного партнера.

Важным результатом проекта стало формирование в компании культуры непрерывного улучшения процессов. Команда регулярно анализирует работу системы, собирает обратную связь от пользователей и вносит необходимые изменения. Этот подход распространился и на другие аспекты деятельности SlickJump, способствуя постоянному повышению эффективности бизнеса в целом.

В отличие от предыдущих попыток внедрения CRM, новая система была хорошо принята сотрудниками отдела продаж. Они активно используют ее в повседневной работе, видя реальную пользу от автоматизации и удобство интерфейса, адаптированного под их потребности. Высокий уровень принятия системы пользователями является одним из ключевых факторов успеха проекта, обеспечивающим актуальность данных и эффективность процессов.

Все эти достижения в совокупности значительно повысили эффективность работы SlickJump, обеспечили лучшее качество обслуживания клиентов и создали прочную основу для дальнейшего роста бизнеса.

Затраты на проект

Реализация проекта по внедрению CRM-системы на базе Comindware Platform в SlickJump потребовала относительно скромных инвестиций, особенно в сравнении с традиционными проектами внедрения готовых CRM-решений. Это стало возможным благодаря уже имеющимся в компании лицензиям платформы, сформированной внутренней экспертизе по настройке системы и знакомству пользователей с процессным подходом и логикой интерфейсов. Команда уже умела формулировать требования для ИТ и понимала принципы работы с задачами в системе, что существенно ускорило процесс внедрения и снизило потребность во внешней поддержке.

Наиболее значительной статьёй расходов стало время сотрудников SlickJump, вовлеченных в проект. Основная нагрузка легла на бизнес-аналитика, занимавшегося настройкой системы, в то время как участие менеджеров по продажам, руководства и технической команды было эпизодическим. Техническая поддержка для интеграции измерялась в часах, а затраты на обучение оказались минимальными благодаря интуитивному интерфейсу и вовлечению пользователей в разработку.

Общая стоимость реализации проекта оказалась значительно ниже, чем при внедрении готовых CRM-решений от крупных поставщиков. Это стало возможным благодаря использованию low-code платформы, которая позволила быстро и без привлечения дорогостоящих внешних консультантов настроить систему под конкретные потребности бизнеса.

Важно отметить, что компания рассматривала эти затраты не просто как расходы, а как стратегическую инвестицию в повышение эффективности бизнеса. Быстрая реализация решения за 2-3 месяца позволила начать получать отдачу от проекта в кратчайшие сроки, а последующие улучшения, занявшие около полугода, проводились параллельно с активным использованием системы.

Экономическая эффективность проекта подтверждается полным устранением проблемы «потери» сделок, значительным ускорением процесса подготовки документов и общим повышением эффективности работы отдела продаж.



Комментарий заказчика

«После двух неудачных попыток внедрения стандартных CRM-систем мы пришли к пониманию, что нам нужно решение, которое будет адаптироваться под наши процессы, а не наоборот. Comindware Platform дала нам именно эту возможность.

Самым значимым результатом проекта стало повышение прозрачности процессов продаж. Благодаря автоматизации на Comindware Platform мы обеспечили стабильное и, главное, прозрачное и контролируемое выполнение всех договоренностей с клиентами по запуску рекламных кампаний. Система гарантирует, что каждая согласованная кампания будет запущена точно в срок, что критически важно для нашего бизнеса и репутации на рынке.

Ключевым фактором успеха стало вовлечение сотрудников отдела продаж в процесс автоматизации с самых ранних этапов. Люди понимали, что они совершенствуют свой собственный рабочий процесс, и могут в любой момент предложить улучшения, которые сделают систему более удобной для них. Это создало высокий уровень принятия системы, которого нам не удалось достичь при предыдущих внедрениях.

Особенно ценной для бизнеса стала возможность прогнозирования будущих доходов на основе планируемых запусков рекламных кампаний. Теперь менеджмент имеет четкое представление о том, на какие доходы можно рассчитывать через несколько месяцев, что значительно повысило точность финансового планирования.

Я бы рекомендовал компаниям со сложными, нестандартными процессами продаж обратить внимание на low-code платформы как альтернативу готовым CRM-решениям. Возможность создать систему, точно соответствующую вашим потребностям, без необходимости глубокого программирования — это именно то, что помогло нам преодолеть застарелые проблемы и вывести управление взаимоотношениями с клиентами на новый уровень».

Антон Кривоногов,
SlickJump

Комментарий Comindware

«Проект SlickJump наглядно демонстрирует ключевое преимущество low-code BPM-платформы перед готовыми решениями — возможность создавать бизнес-приложения, которые точно соответствуют уникальным процессам компании.

Особенно важно это для компаний с нестандартными, сложными бизнес-процессами, которые сложно вписать в рамки типовых решений. В случае SlickJump специфика рекламного бизнеса с его длительным циклом продаж требовала особого подхода к автоматизации, который не могли обеспечить стандартные CRM-системы.

Low-code подход, реализованный в Comindware Platform, позволил быстро создать прототип решения и затем итеративно его улучшать на основе обратной связи от пользователей. Это не только сократило время внедрения, но и обеспечило высокий уровень принятия системы сотрудниками, что критически важно для успеха любого проекта автоматизации.

Мы рады, что наша платформа помогла SlickJump создать единую информационную среду для всего цикла взаимодействия с клиентами — от первого контакта до получения оплаты. Это именно те задачи, для решения которых и создавалась Comindware Platform — помогать бизнесу повышать эффективность процессов без необходимости масштабных инвестиций в разработку программного обеспечения с нуля».

Игорь Простоквашин,
ведущий бизнес-аналитик Comindware



ПЛАНЫ ПО РАЗВИТИЮ ПРОЕКТА

SlickJump продолжает активно развивать и совершенствовать свою CRM-систему на базе Comindware Platform, рассматривая ее не как статичный инструмент, а как постоянно эволюционирующее решение, адаптирующееся к меняющимся потребностям бизнеса.

В планах компании по дальнейшему развитию проекта можно выделить несколько ключевых направлений.

Одним из приоритетных направлений является расширение аналитического функционала системы для более глубокого анализа эффективности продаж. Планируется внедрение дополнительных метрик, отслеживающих конверсию на разных этапах воронки продаж, среднее время цикла продаж, эффективность различных каналов привлечения лидов. Эта информация позволит руководству принимать более обоснованные решения по оптимизации маркетинговых и продажных активностей, фокусируясь на наиболее результативных направлениях.

Компания планирует расширить интеграционные возможности CRM-системы, связав ее с дополнительными внутренними и внешними сервисами. В частности, рассматривается интеграция с системами маркетинговой аналитики для обеспечения более полного представления о поведении клиентов и эффективности различных маркетинговых кампаний.

На базе успешного опыта автоматизации процесса продаж SlickJump рассматривает возможность расширения использования Comindware Platform для других бизнес-процессов компании. В частности, изучаются возможности автоматизации процессов управления маркетинговыми кампаниями, координации работы с площадками и оптимизации внутренних административных процессов.

Компания продолжает работу над улучшением удобства использования системы. Планируется создание дополнительных специализированных форм для разных типов задач, оптимизация пользовательского интерфейса на основе обратной связи от сотрудников и внедрение новых инструментов визуализации данных.

SlickJump регулярно актуализирует процессы и шаблоны документов в соответствии с изменениями в законодательстве и бизнес-требованиях. Эта работа ведется на постоянной основе, обеспечивая соответствие системы актуальным нормам и стандартам.

В планах компании — развитие мобильного доступа к CRM-системе для обеспечения более гибкой работы менеджеров по продажам вне офиса. Это особенно актуально для сотрудников, которые проводят много времени на встречах с клиентами.

Важно отметить, что все эти направления развития реализуются итеративно, с постоянным сбором обратной связи от пользователей и адаптацией планов в соответствии с меняющимися приоритетами бизнеса. Такой гибкий подход стал возможен благодаря использованию low-code платформы, которая позволяет быстро вносить изменения в систему без необходимости масштабных проектов по доработке.

Опыт SlickJump показывает, что внедрение CRM-системы – это не одноразовый проект, а непрерывный процесс совершенствования, который при правильном подходе приносит бизнесу все большую ценность с течением времени.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Опыт SlickJump убедительно демонстрирует, почему рынок low-code платформ переживает стремительный рост. По данным ведущих аналитических агентств, этот сегмент показывает ежегодный прирост в 25-30%, а к 2026 году его объем превысит 50 миллиардов долларов. Причина этого роста наглядно проявляется в рассмотренном кейсе.

Большинство компаний сталкиваются с парадоксом стандартных бизнес-приложений: готовые решения слишком жесткие, чтобы отразить уникальность процессов компании, а разработка с нуля – слишком дорога и рискованна. SlickJump, столкнувшись с ограничениями типовых CRM-систем, нашел оптимальный путь с Comindware Platform, соединив преимущества готовых решений и заказной разработки.

Ключевым фактором успеха стал сбалансированный подход к автоматизации. Компания не стремилась воспроизвести существующие процессы в цифровой форме, а переосмыслила их с учетом новых возможностей. В то же время она не заставляла сотрудников менять привычные методы работы ради соответствия ограничениям системы – вместо этого система подстраивалась под реальные потребности бизнеса.

В результате SlickJump получила конкурентное преимущество, которое сложно скопировать соперникам – уникальное решение, максимально соответствующее специфике бизнеса и обеспечивающее надежность на всех этапах взаимодействия с клиентами. Важно отметить, что этот результат был достигнут без привлечения крупных инвестиций и огромной команды разработчиков – MVP системы был создан за 2-3 месяца силами одного бизнес-аналитика с эпизодической поддержкой технической команды.

В современных условиях, когда скорость адаптации к изменениям становится критическим фактором выживания бизнеса, подход SlickJump представляется не просто успешным кейсом, а моделью, применимой для многих компаний. Low-code платформы, такие как Comindware, дают организациям инструмент для быстрого создания и модификации бизнес-приложений без привлечения дорогостоящих ресурсов разработки.

Инвестиции в low-code автоматизацию следует рассматривать не просто как затраты на ИТ, а как стратегическое вложение в операционную гибкость компании, повышение надежности бизнес-процессов и создание уникальных конкурентных преимуществ. Опыт SlickJump наглядно показывает, что отдача от таких инвестиций может быть быстрой, измеримой и значительной.

Comindware®

Comindware® – российская компания с историей более 10 лет, присутствует на глобальном рынке, разработчик Comindware Platform, современной low-code платформы для быстрого построения цифровой организации, управления бизнес-процессами, автоматизации и контроля работы.

Сайт: <https://www.comindware.ru/>