CRM-система для турагентства незаменимое решение, будь то маленькая фирма или крупная сеть компаний. Она не только автоматизирует процесс ведения заявок и клиентов, но и поможет компании удобно организовать работу и объединить полезные сервисы в одной программе.  
  
КАК ВЫБРАТЬ CRM  
Конечно, здесь я не скажу, берите вот эту систему, и все точно будет супер. Бизнес – штука индивидуальная, все зависит от нужных Вам функций. Но в силу особенностей туристического бизнеса есть специфические требования, которыми должна обладать crm система для туризма.  
  
1. Облачная или локальная CRM  
CRM-системы бывают двух видов: SaaS – то есть облачные – и локальные. Облачная располагается на сервере разработчиков и доступ к ней осуществляется через любой браузер или с мобильного устройства. Локальная, соответственно, устанавливается на компьютер каждого менеджера.  
  
Для турагентства подойдёт именно облачная CRM. Так как это уже готовый продукт, которым может пользоваться любое турагентство независимо от количества сотрудников и филиалов. Разработчики дают несколько пакетов в зависимости от широты функционала или, например, количества офисов агентства, поэтому даже маленькая компания может позволить себе покупку подписки.  
  
2. Демо-версия программы и внедрение системы  
Прежде чем покупать подписку, убедитесь, что программа удовлетворит нужны Вашего турагентства. Поэтому важно, чтобы в CRM была триал-версия или хотя бы видеоэкскурсии. А ещё лучше, если в ней предлагают помощь с внедрением – то есть проводится не только презентация программы, но и обучение сотрудников. Полностью бесплатных CRM специально для туризма нет, но протестировать можно все – смотрите в таблице ниже.  
  
3. Функциональные возможности системы  
Учитывайте их при выборе системы. Да, начинающей турфирме может хватить функционала универсальной программы, которую можно подстроить под любую деятельность. Но такие системы не предоставят, например, интеграцию с туроператорами для быстрого бронирования билетов или расчёта стоимости путёвок. А менеджерам, естественно, будет гораздо удобнее иметь все функции под рукой в одной программе.  
  
4. Регулярные обновления  
Обратите внимание на то, что разработчики системы должны не только постоянно расширять её функционал, но и работать над автоматизацией и удобством использования.  
  
5. Удобный интерфейс  
Программа должна быть интуитивно понятной, её страницы быстро загружаться, таблицы легко читаться. Так менеджер не будет тратить лишнее время на поиск нужной функции, а новые сотрудники смогут быстро освоиться в системе.  
  
6. Возможность кастомизации/адаптации  
Широкий набор параметров в CRM даёт турагентству возможность тонко настроить для себя работу системы, например, добавить дополнительные задачи или этапы работы с заявками, если не хватает предложенных программой по умолчанию. К кастомизации программы можно отнести и брендирование – к примеру, возможность использовать поддомен компании для входа в систему, использование логотипов и т.д.  
  
7. Интеграции  
Интеграции незаменимы для экономии времени менеджеров и ускорения рабочих процессов. Самый простой пример – интеграция с электронной почтой: менеджеры будут получать письма прямо в CRM без лишних вкладок.  
  
Чем больше CRM-система предлагает интеграций, например, с сайтом компании, IP-телефонией, чатами и т.д., тем удобнее работать. Информация не будет теряться, а нужные действия менеджеры смогут совершить в пару кликов.  
  
8. Доступ для сотрудников  
Если в системе будет возможность присвоить разным категориям сотрудников разные права доступа к функциям CRM или действиям в программе (то есть существуют не только администратор и рядовой пользователь, но и руководитель, офис-менеджер, бухгалтер), то каждый из работников будет пользоваться программой в рамках своих полномочий, не отвлекаясь на лишнее.  
  
9. Устройства для использования  
Перед внедрением отметьте возможность использования CRM с разных устройств: во-первых, работа может осуществляться не только из офиса, а во-вторых, некоторые системы предполагают и наличие собственного мобильного приложения, чтобы контакты клиентов, списки задач и уведомления были всегда под рукой.  
  
10. Работа техподдержки  
Качество и скорость её работы говорит о надежности CRM-системы . Чем легче с ней связаться и чем быстрее решаются проблемы — тем, соответственно, лучше.  
  
11. Популярность программы у других турагентства  
Чтобы не совершать ошибок, учитесь на ошибках (и успехах) конкурентов, которые примерно в одной весовой категории с Вашим бизнесом. Выясните, какими CRM они пользуются. К слову, многие сервисы размещают на главной странице сайта логотипы и отзывы турагентств, которые пользуются их услугами.