



05.02.2026

CRM — ядро системы маркетинга

1999 — 2026

techart.ru

| promo.techart.ru

| deassn.ru

Регистраций: 87 (компаний – 68), в т.ч.:
- топов: 45
- новых слушателей: 42.5%
- постоянных (4+) слушателей программы: 28
- с вопросами и обратной связью: 8



Ключевые компетенции «Текарт»

Маркетинговая стратегия, аналитика, прогнозирование, дизайн, веб-разработка, продвижение и реклама

Маркетинговый консалтинг

Бизнес-аналитика

Дизайн и брендинг

Веб-разработка

Продвижение и реклама

Фото и видео

Копирайтинг

26

лет на рынке бизнес-аналитики, маркетинга и digital

20 000

выполненных проектов

160

сотрудников в штате

39 000+

клиентов, и партнеров в экосистеме «Текарт»

4 место

консалтинг в области маркетинга и PR» (RAEX)

3 место

полносервисные диджитал-агентства (Рейтинга Рунета)

ТОП 100

в рейтинге работодателей Headhunter*

* среди компаний до 250 сотрудников



Программа непрерывного образования для руководителей по маркетингу

Основные треки программы:

Маркетинг (комплексное продвижение, SMM, SEO и т.д.), реклама

Martech, аналитика (технологии, данные, автоматизация, цифровые сервисы)

Дизайн, веб-разработка, контент, фото, видео

Маркетинговый анализ и стратегия

Организационное развитие

Отраслевой трек

3

года работы

8 500+

участников из 1 900 компаний

35

спикеров

550

пользователей [платформы](#)

План вебинара

1. Почему CRM сегодня — это не просто «программа для продаж».
2. Эволюция внедрения CRM: от «записной книжки» к цифровой платформе компании.
3. CRM как ядро маркетингового стека.
4. Практические примеры автоматизации системы маркетинга на базе Битрикс24.
5. CRM — технология или(и) культура?

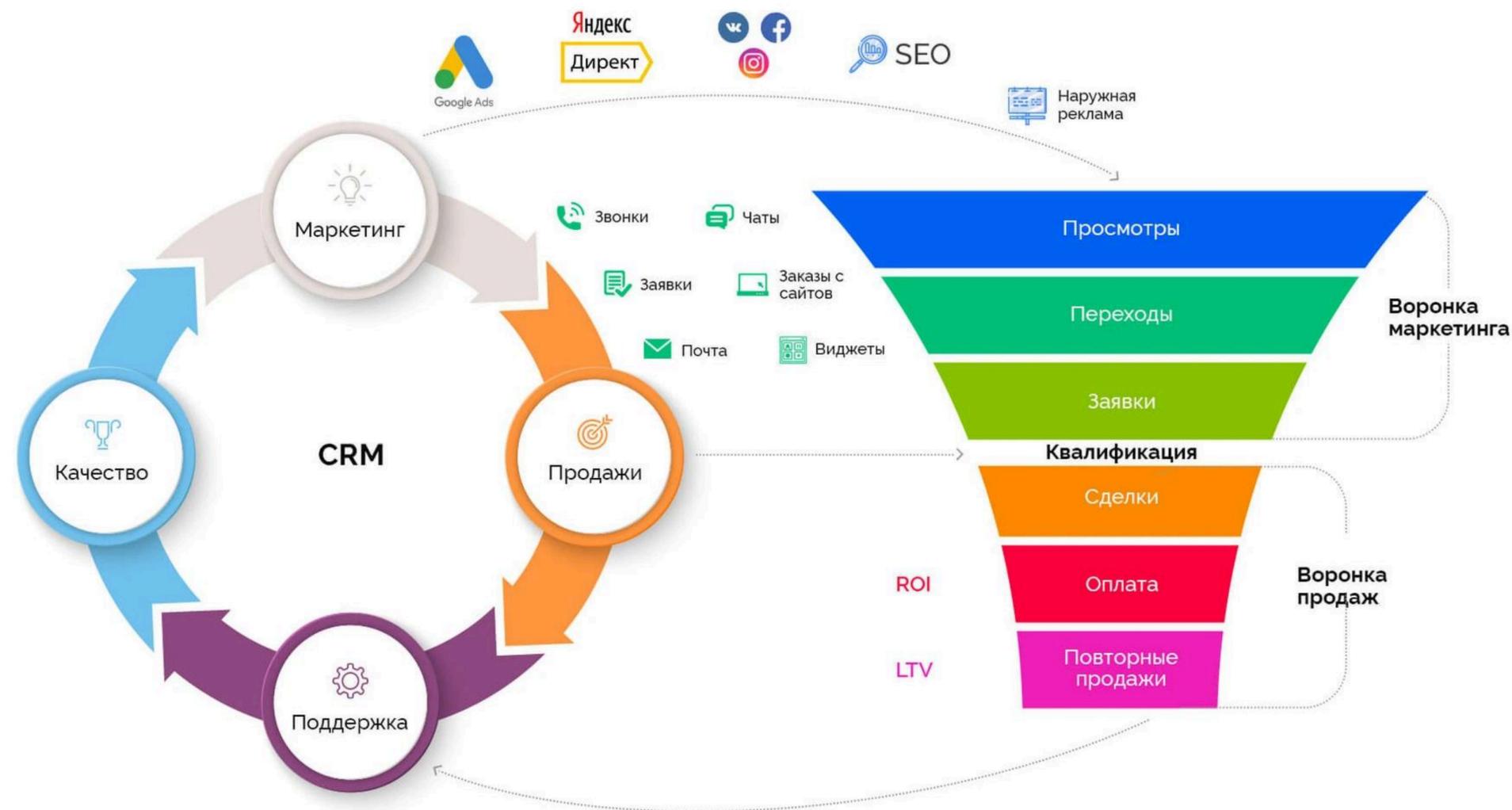
CRM: определение

CRM (Customer Relationship Management) —

подход к управлению взаимоотношениями с контрагентами, в основе которого лежат сбор и анализ данных о взаимодействии с текущими и потенциальными клиентами, партнерами и поставщиками и использование этой информации для организации будущих коммуникаций.

Ключевая цель внедрения —

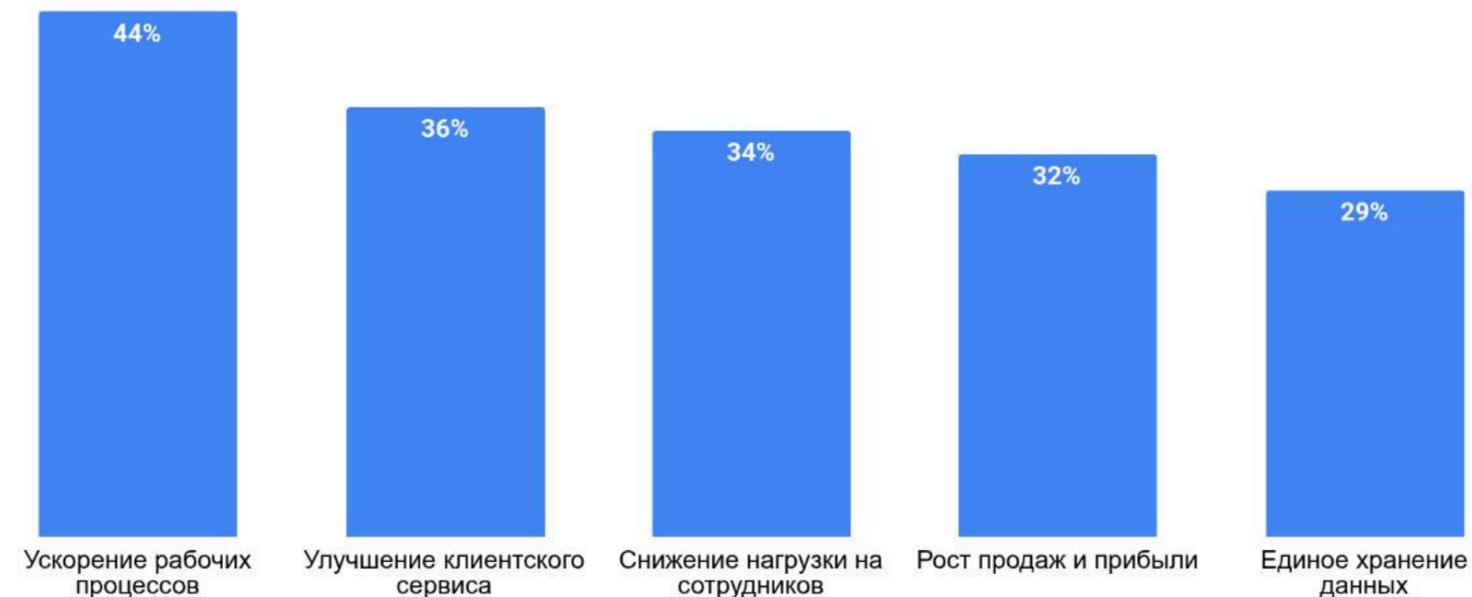
создание единой экосистемы, которая будет стимулировать рост продаж за счет автоматизации процессов и эталонного процесса взаимодействия с клиентами.



Статистика по CRM в России

1. **49%** опрошенных компаний в каком-либо виде внедрили CRM в рабочие процессы.
2. В **22%** компаний CRM используется сразу несколькими отделами.
3. У **46%** используется в отделе продаж компаний и отделе маркетинга, PR и рекламы — **36%**, а также в дирекции (31%), коммерческом отделе (31%) и отделе клиентского сервиса (30%).
4. Самыми востребованными функциями являются: единое ведение базы контактов (**38%**), планирование и постановка задач (**35%**), коммуникации через различные каналы (**33%**), управление процессом продаж (28%) и проектами (24%).
5. CRM-системы чаще всего внедряются из-за роста объемов продаж (50%) и необходимости ведения аналитики (**60%**).

Какие ключевые преимущества даёт регулярная работа в CRM?



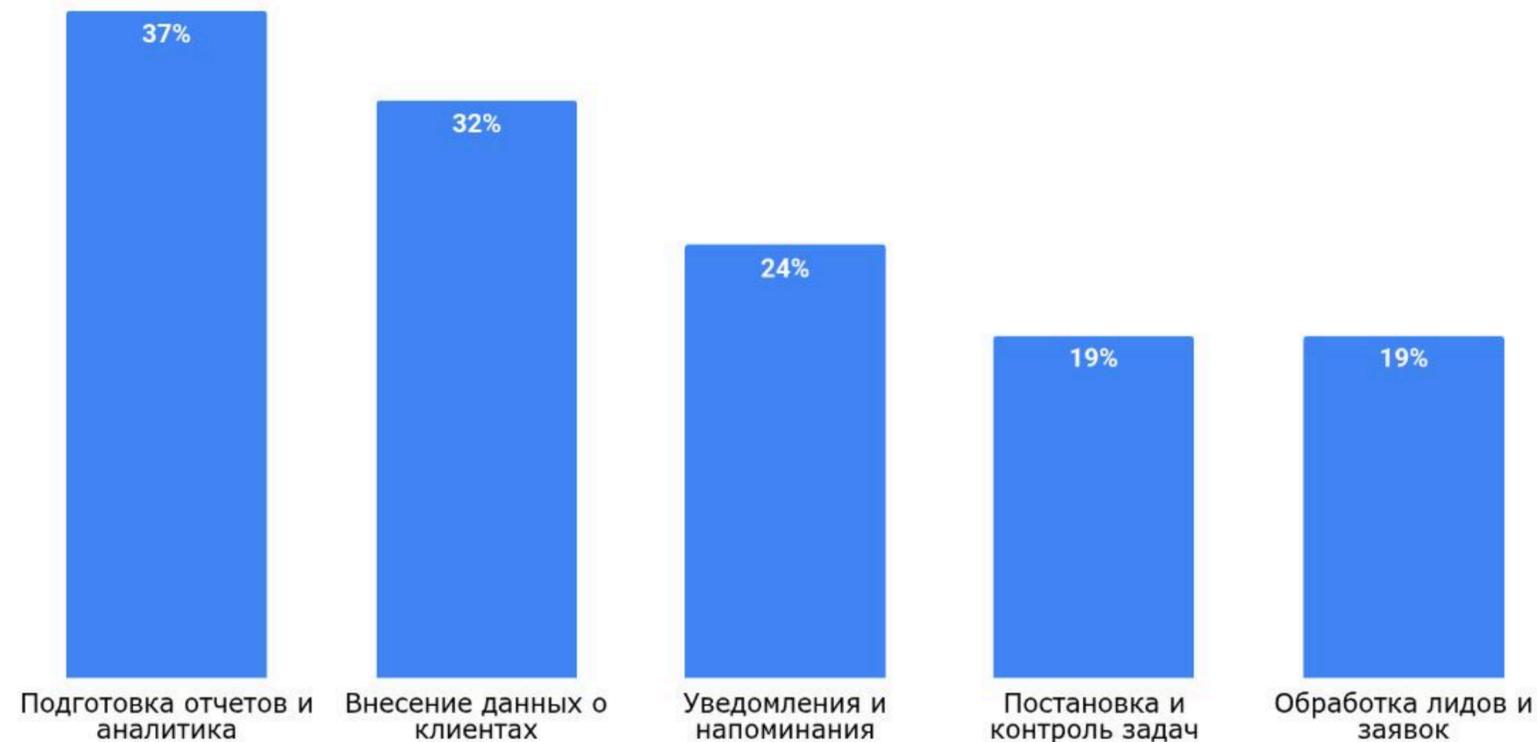
Источник: [Опрос SberCRM и TenChat](#), n = 718 (2024);

[Анализ популярности CRM на российском рынке](#), n = 1000 (2025-2026).

Компании, которые НЕ используют CRM

1. Среди причин, по которым компании не используют CRM, опрошенные выделили сложность выбора подходящей системы (**30%**) и непонимание пользы CRM (**26%**).
2. Хранят и обрабатывают данные по продажам в Excel-таблицах (**52%**), а с клиентами работают напрямую через мессенджеры (**50%**), электронную почту (46%) и соцсети (30%).
3. Среди ключевых факторов выбора системы респонденты отмечали адаптивность под текущие задачи (**46%**), безопасность данных (**36%**) и простоту внедрения и настройки (**34%**).

На какие рутинные задачи сотрудники тратят больше всего время?



Тренды и боли

Тренды

1. Искусственный интеллект
2. Гиперперсонализация + омниканальность
3. Отраслевая специализация
4. Интеграции (в реальном времени)
5. Соответствие законодательным требованиям
6. Мобильные приложения

Барьеры

1. «Интеграционная усталость» бизнеса
2. Дефицит цифровой зрелости
3. Ограниченность методологических компетенций
4. Ошибки в данных
5. Отсутствие устойчивой экосистемы вокруг CRM



Карта CRM-решений в России (2023)

Для турагентств

СМО софт, U-ON Travel, CELEPHO, COLUMBIS, МонДокументы Туризм, ТУРКОНТРОЛ, TurDOKA, atomS, ERP2travel, ULTIMATE

Многофункциональные решения уровня Enterprise

T1 CRM, ELMA365, 1CRM, первая форма, Битрикс24, EPMSOFT

Для образовательных учреждений

ПАРАЛЛАН, Hollipop, ALFACRM, МОД ПЛАНС, 2КУРС, Tallanto, X, Listok

Для логистики и транспортных компаний

ИМНАВ ЛОГИСТИКА, RELOG, FastSol CRM, 4logist..., PL, ШЕДЕКС, ЗАВГАР-ОНЛАЙН, TELETRACK, Klarkk

Многофункциональные решения для сегмента СМБ

1CRM, мегаплан, СБЕР БИЗНЕС СОФТ, Pyrus, АМБЕР, сбис, MACRO, CRM-СИСТЕМА ПРОСТОЙ БИЗНЕС, INTRUM, Компас, Finist, Аспро.Cloud, Бизнес+ру, amoCRM.

Для рекрутмента

Talantix, Хантфлоу, ПОТОК, СБЕР ПОДБОР, ТопФактор, ESTAFF, experium, SolvoPro, Recruit IT, friendwork, Corecruiter

Для фитнеса

Mobifitness, FITBASE, impulse CRM, PEOPLE, РОСЕТ СПОРТ, GI, GYM ONE, Fitness365, LUCKYFIT, UNIVERSE Soft, CRAFT

CRM для недвижимости и застройщиков

INTRUM, MACRO, Profitbase, EstateCRM, StecReally, M2LAB, PlanRadar, DEVCRM2

Онлайн-запись для клиентов и бронирование

yclients, EasyWeek, cue, DIKIDI Business, Enroller, Get la line

CRM для интернет-магазинов

Retailcrm, WireCRM, tracker, CRM

Для кафе и ресторанов

ONLINE ПЛАТФОРМА, ReMarked, YUMA, Cafe Manager, DOOGLYS, Quick Resto, ТИЛЪРАБ, FUSION POS

Для юристов

XSUD, ЮРАЙТ, Jurra, JEFFIT, Case.one, YurCRM, projectmate

Программа лояльности

rightway, SAMOSALE, LOYALTY JAM, manzana group, maxma, RX Loyalty, OSMICards, CRM4Retail

Для автосервисов

TEZARIUS, STCRM, АвтоДилер, АвтоДилер, VINPIN CRM, iDirector, NETIX, splus, СТО, billionauto, RemOnline

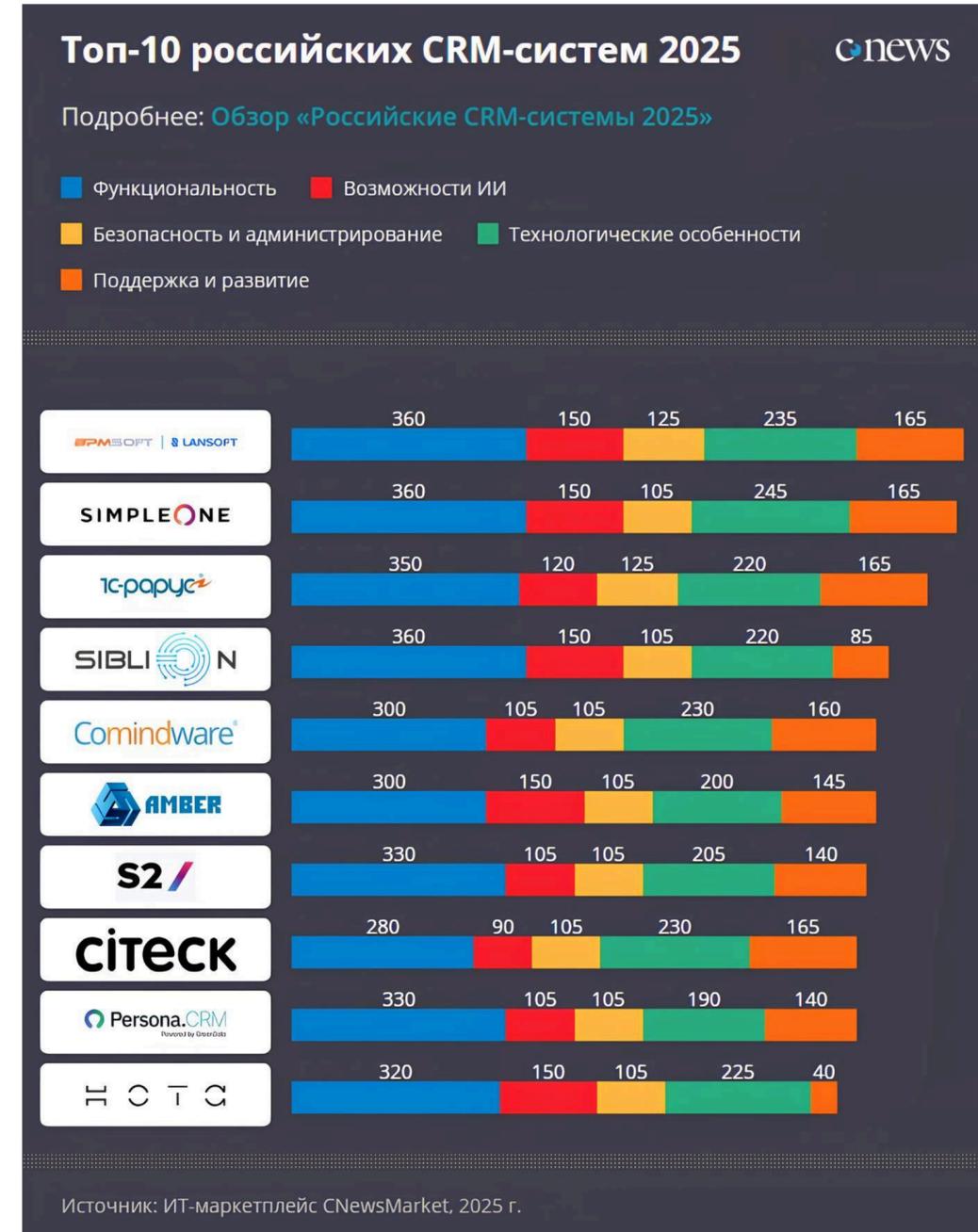
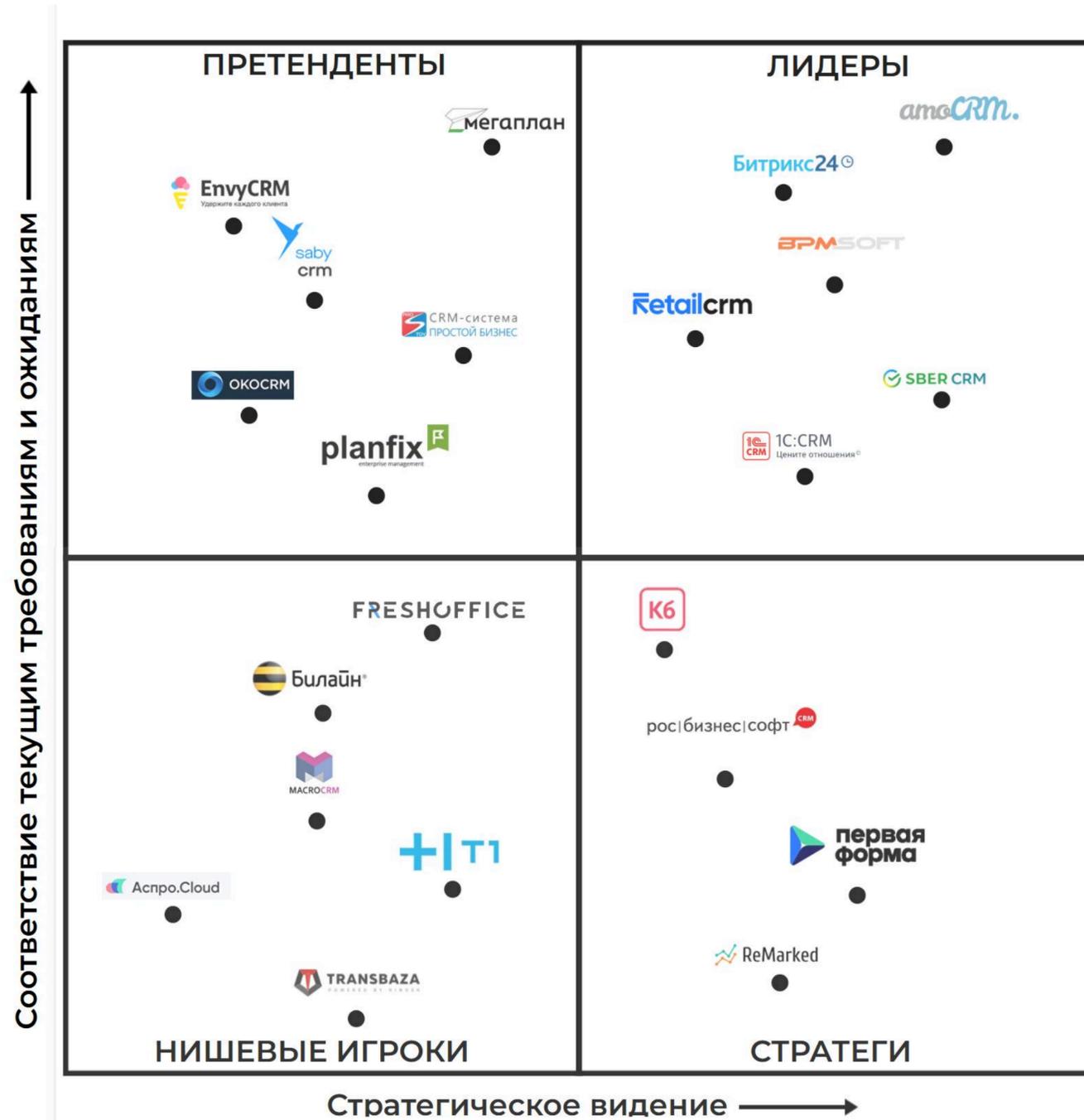
Для медицины

MedIDEA, ARCH MED, Renovatio, ELSRM, Мед Ангел, КЛИНИКА ОНЛАЙН, КЛИЕНТЭК, MEDESK, MediSpark

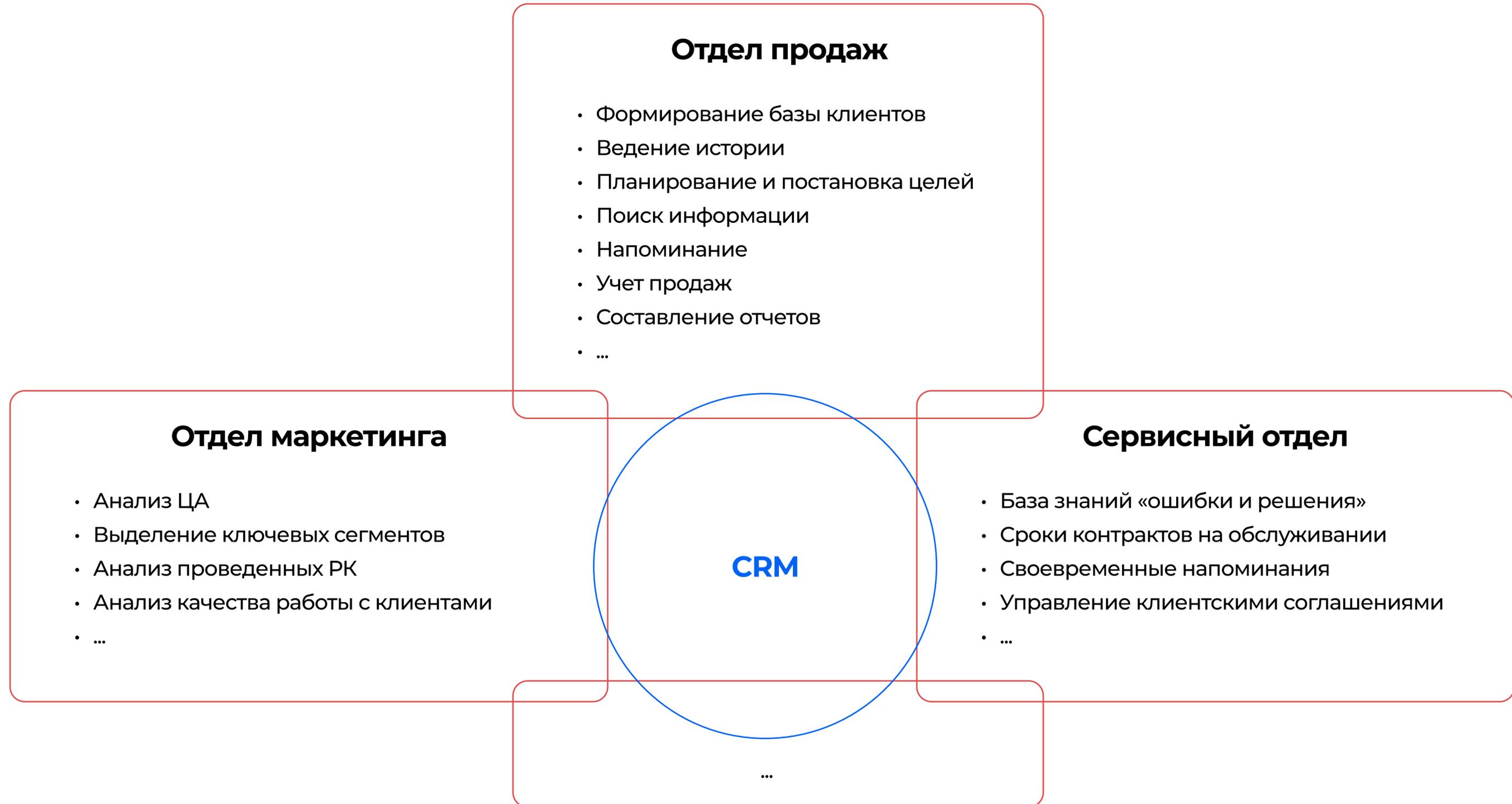
Для фармбизнеса

CRM Pharma, МЕДПРЕД CRM, ФАРМБАЗИС, inception, KONNEKTU, ЮНИКО, VirtuoPOS, СМЕРТ аптека, vtiger, ФАРМПРЕД

Российские CRM системы (2025)



Кому нужна CRM?



Эволюционный путь внедрения CRM

CRM — это не однократное внедрение, а последовательное развитие.

Большинство компаний проходят одни и те же этапы — разница только в скорости и глубине.

Уровень	Функционал	Кто использует	Ограничения
CRM как «записная книжка»	<ul style="list-style-type: none">• Хранение контактов и компаний• Минимум полей• Используется как справочник	<ul style="list-style-type: none">• Отдельные менеджеры• Иногда — руководитель отдела	<ul style="list-style-type: none">• Нет процессов• Нет аналитики• Нет понимания эффективности
CRM для управления продажами	<ul style="list-style-type: none">• Воронка продаж• Задачи и контроль активности• Базовые отчеты	<ul style="list-style-type: none">• Отдел продаж (ОП)• Руководитель ОП	<ul style="list-style-type: none">• Маркетинг вне системы• Источники лидов не связаны• Нет полного профиля и пути клиента
CRM + коммуникации	<ul style="list-style-type: none">• Интеграция с email, телефонией, мессенджерами, сайтом• Общение с клиентами из CRM	<ul style="list-style-type: none">• Продажи• Частично маркетинг и сервис	<ul style="list-style-type: none">• Коммуникации разрознены и не автоматизированы.• Данные собираются, но не используются
CRM как ядро системы маркетинга	<ul style="list-style-type: none">• Сквозная аналитика• Источники лидов• Сегментация базы• Триггерные сценарии• Автоматические коммуникации	<ul style="list-style-type: none">• Маркетинг• Продажи• Руководство• Аналитики	
CRM как платформа бизнеса (управление отношениями)	<ul style="list-style-type: none">• Документооборот и КЭДО• ERP / учётные системы• BI и управленческая аналитика• HR-процессы• Клиентские порталы	<ul style="list-style-type: none">• Маркетинг• Продажи• Руководство• Аналитики• HR• Производство	

CRM

- Технологии
- Методология

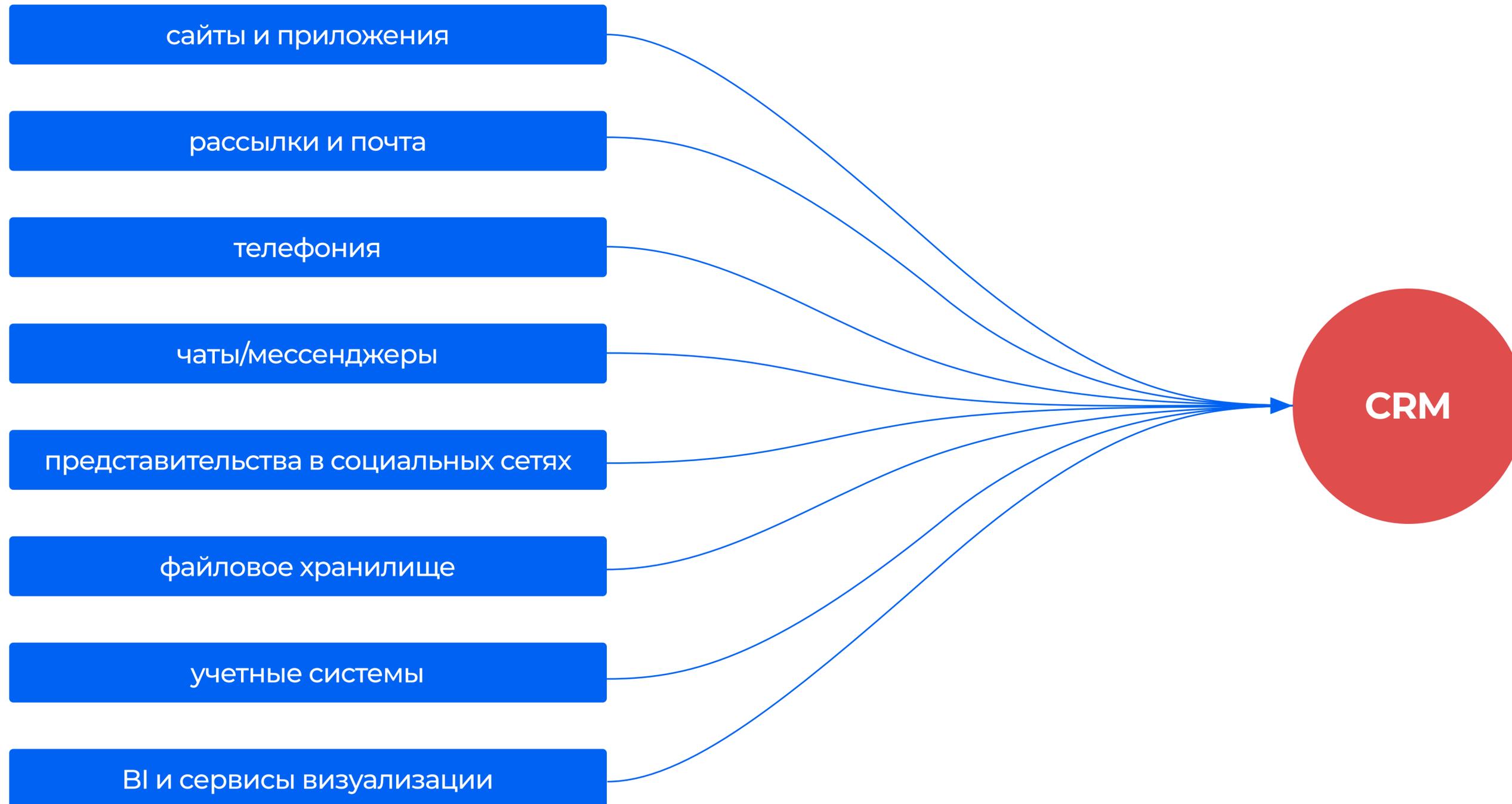
Данные

- Клиенты
- Лиды
- Сделки
- Товары
- Поставщики
- Партнеры
- Сотрудники
- Обращения

Процессы

- Коммуникации (email, sms, мессенджеры, телефония и пр.)
- Управление «воронкой» продаж
- Управление проектами
- Учет рабочего времени сотрудников
- Базы знаний
- Автоматизация бизнес-процессов
- Создание интернет-витрин
- Документооборот
- Прогнозирование и отчетность
- Логистика

CRM — ядро маркетинга



Готовые интеграции для разных CRM

The screenshot shows the Bpmsoft website with a navigation bar at the top containing 'Продукты', 'Отрасли', 'Экосистема', and 'Компания'. Below the navigation is a 'Фильтр' (Filter) section with expandable categories: 'Версия Bpmsoft', 'Категории', 'Функции', 'Стоимость', and 'Разработчик'. The main content area features several integration cards, each with a title, a brief description, and a 'Подробнее' (More) button. The cards include: 'GBC Коннектор к OnlyOffice', 'Коммерческие предложения', 'Работа с возвратами', 'Конкурентный анализ', 'Бронирование рабочих мест', and 'Прогноз соблюдения сроков SLA'.

[Bpmsoft](#)

The screenshot shows the Bitrix24 marketplace interface. At the top, there are navigation links for 'Возможности', 'Цены', 'Внедрение', 'Интеграции', and 'Поддержка', along with buttons for 'Получить бесплатно' and 'Войти'. The main area is titled 'Маркетплейс' and features a search bar. Below, there are several integration cards under the heading 'Телефонии для Битрикс24'. These include 'Популярные приложения', 'Виртуальная АТС от МегаФон', 'MANGO OFFICE Виртуальная АТС', and 'Облачная АТС билд'. There is also a section for 'Интеграции с мессенджерами' showing integrations with WhatsApp, Telegram, and others.

[Битрикс24](#)

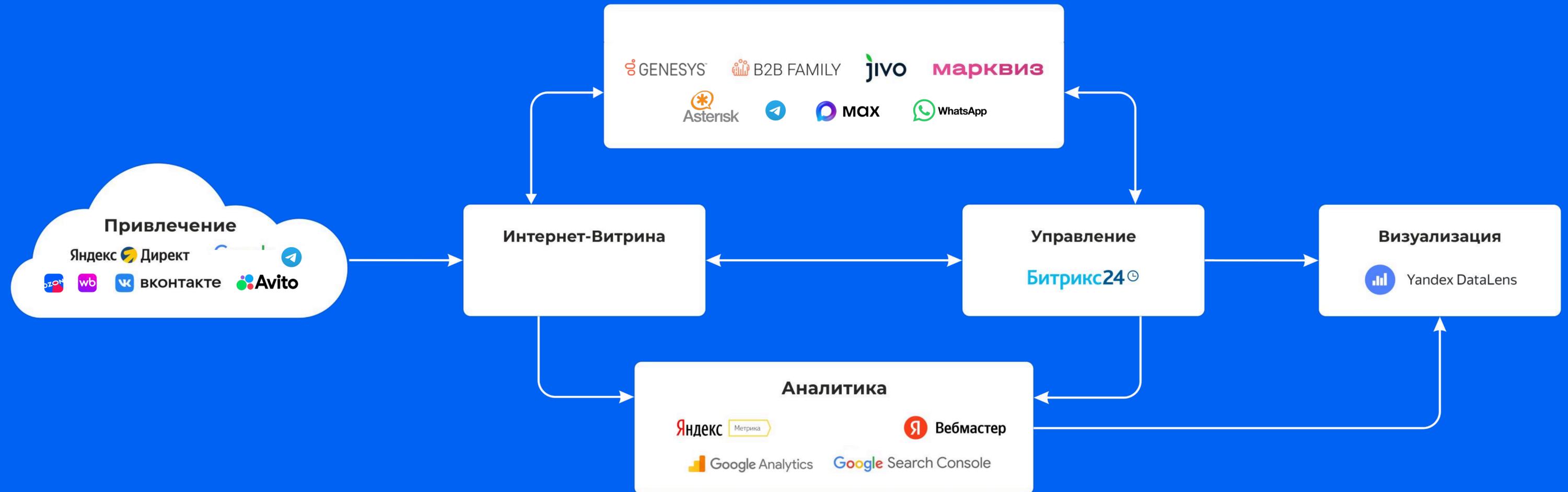
The screenshot shows the RetailCRM website with a navigation bar containing 'Продукт', 'Цены', 'Отзывы', and 'Кейсы'. Below the navigation is a 'Рекомендуемые' (Recommended) section with four integration cards: 'Wufoo', 'Dropbox', 'Zendesk', and '1C Фирма "1С"'. Below this is a 'Телефония' (Telephony) section with four integration cards: 'onlinePBX', 'МЕГАФОН', 'Гравител AI', and 'СІМ'. Each card includes a logo, a brief description, and a 'Подробнее' (More) button.

[RetailCRM](#)

The screenshot shows the amoCRM website with a navigation bar containing 'Продукт', 'Решения', 'Партнерство', 'Тарифы', and 'Ресурсы'. Below the navigation is a 'CMS' section with four integration cards: '1С-Битрикс', 'OpenCart', 'WooCommerce', and 'PrestaShop'. Below this is another row of four integration cards: 'StoreLand', 'АДВАНТШОП', 'InSales', and 'Shopify'. Each card includes a logo, a brief description, and a 'Подробнее' (More) button.

[amoCRM](#)

Интеграция CRM с маркетинговыми инструментами



Преимущества от интеграции CRM с маркетингом

1. Полная история клиента в одном окне.
2. Управление лидами от источника до сделки.
3. Переход от ручных отчетов к сквозной аналитике.
4. Возможность сегментации базы клиентов по большому количеству параметров.
5. Триггерные сценарии и автоматизация коммуникаций
6. Контроль качества работы маркетинга и продаж
7. Масштабируемость системы маркетинга

Martech

17

Концепция martech — создание и развитие связанной системы из технологических решений различных классов, которые объединены в единый контур и на общем массиве данных.

Martech («мартех») — сокр. от marketing technologies («маркетинговые технологии»).



Techart
Консалтинговая группа

17.04.2025

Программа непрерывного образования «Текарт» edu.techart.ru
Сессия «Весна 2025»

Martech 2025: как выбрать и интегрировать инструменты для бизнеса в России

1999 — 2025

techart.ru | promo.techart.ru

Регистраций: 38 (компаний – 36), в т.ч.:
- 23,7% новых слушателей
- 20 топ-менеджеров
- 12 постоянных (4+) слушателя программы
- 2 с вопросами и обратной связью

[Martech 2025: как выбрать и интегрировать инструменты для бизнеса в России](#)

CRM: технологии ~~VS~~ + культура

Технические функции

1. Управление и систематизация информации о клиентах
2. Учет сделок и управление продажами
3. Маркетинговые коммуникации
4. Отчетность и аналитика
5. Автоматизация бизнес-процессов

Корпоративная культура

1. Единый подход по выстраиванию отношений между сотрудниками компании и ее клиентами
2. Планирование и управление рабочим процессом
3. Налаживание внутренних коммуникаций
4. Контроль качества и эффективности работы сотрудников и отделов компании
5. Обучение

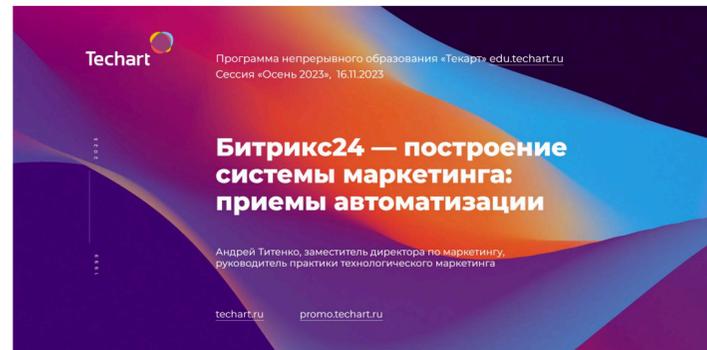
Заключение

1. CRM внедряется эволюционно, а не «одним проектом».
2. В компании должен быть «амбассадор» внедрения.
3. Ценность CRM раскрывается в данных и процессах, а не в интерфейсе.
4. Интегрируйте инструменты маркетинга в порядке приоритета.
5. Автоматизируйте сначала типовые сценарии: обработка заявок, напоминания менеджерам.
6. CRM должна быть единым источником данных о клиенте.
7. CRM — это продукт внутри компании, а не «установленный софт»

CRM — это фундамент, на котором строится современный маркетинг:
без неё нет управляемых процессов, масштабирования и предсказуемого роста.

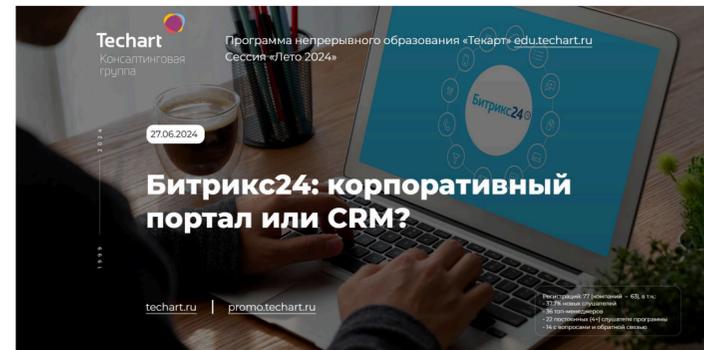
Наши материалы по теме

20



16.11.2023

[Битрикс24 — построение системы маркетинга: приемы автоматизации](#)



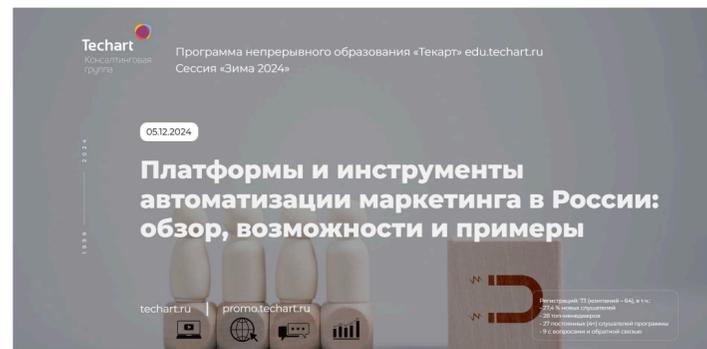
27.06.2024

[Битрикс24: корпоративный портал или CRM?](#)



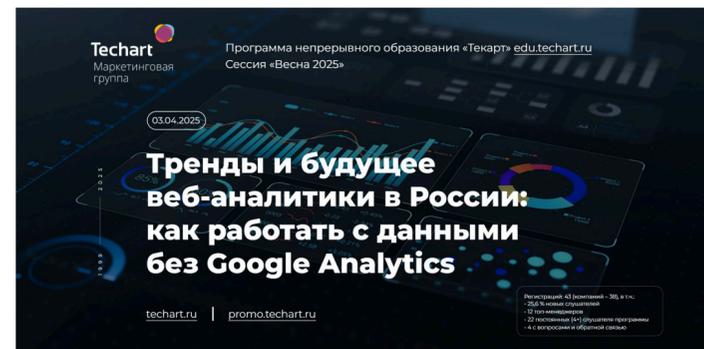
14.11.2024

[Визуализация данных о продажах из Битрикс24 в Yandex Datalense](#)



05.12.2024

[Платформы и инструменты автоматизации маркетинга в России: обзор, возможности и примеры](#)



03.04.2025

[Тренды и будущее веб-аналитики в России: как работать с данными без Google Analytics](#)



20.03.2025

[Автоматизация маркетинга в Битрикс24: роботы и бизнес-процессы, интеграции, смарт-процессы](#)

Персональное консультационное мероприятие по теме этого вебинара

Особенности:

- ✓ Будем разбирать именно ваши кейсы
- ✓ Ответим на любые вопросы
- ✓ Подсветим специфику ниши
- ✓ Максимально адаптируем контент под потребности компании
- ✓ Дадим конкретные рекомендации и инструкции
- ✓ Подготовим пошаговое руководство для решения проблемы

Программа может быть реализована в различных вариантах:

- вебинар;
- семинар / лекция;
- мастер-класс;
- стратсессия;
- круглый стол, мозговой штурм;
- диагностическая / консультационная сессия;
- деловая игра.

Форматы:

онлайн, оффлайн, гибрид.

Длительность:

от 1 часа до 2 дней.

При необходимости мы можем собрать комбинацию из нескольких удобных вам вариантов обучения.

[Интересуюсь](#)



Стратегия, аналитика, контент, разработка, продвижение



Андрей Титенко

Заместитель директора практики
интегрированного маркетинга

titenko@techart.ru

Релевантные услуги «Текарт»:

- [Внедрение и настройка Битрикс24](#)
- [Автоматизация CRM](#)
- [Разработка маркетинговых стеков](#)
- [Сквозная аналитика](#)
- [Продуктовая аналитика](#)
- [Автоматизация маркетинговой отчетности](#)

+7 495 790 75 91

Маркетинговая группа «Текарт»
techart.ru

Интегрированный маркетинг и PR
promo.techart.ru

IT-решения и веб-разработка
web.techart.ru

Дизайн-бюро
design.techart.ru

Креативное агентство
creative.techart.ru

Фотоагентство
photo.techart.ru

Аналитика и бизнес-планирование
research.techart.ru

Работа в «Текарт»
hr.techart.ru

Образовательная программа
edu.techart.ru



[TechartPulse](#)

Рабочий пульс: проекты,
кейсы, публикации



[Techart_ru](#)

Системное развитие
бизнеса



[Edu_Techart](#)

Непрерывное образование
для директоров по маркетингу