

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
Навчально-науковий інститут денної освіти
Форма навчання денна
Кафедра комп'ютерних наук та інформаційних технологій

Допускається до захисту

«___» _____ 2023 р.
Зав. кафедри _____ Олена ОЛЬХОВСЬКА
(підпис)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

**«ВИКОРИСТАННЯ SALESFORCE ЯК CRM ДЛЯ
АНАЛІЗУ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ»**

зі спеціальності 122 «Комп'ютерні науки»
освітня програма «Комп'ютерні науки»
ступеня магістра

Виконавець роботи Губанов Андрій Богданович

_____ «___»
_____ 202_р.
(підпис)

Науковий керівник к.ф.-м.н., Юрій Олексійчук

_____ «___»
_____ 202_р.
(підпис)

Рецензент _____

АНОТАЦІЯ

Записка: 68 с., 44 мал., 18 джерел.

Мета роботи – проектування та практичне впровадження в ІТ-компанії Salesforce як централізованої CRM-системи, з детальним описом процесу міграції даних, налаштування кастомних полів, профілів та ролей, а також реалізації Web-2-Lead форм.

Об'єкт дослідження – впровадження та налаштування Salesforce в місцевій ІТ компанії.

Методи дослідження – використання методів управління відносинами з клієнтами (CRM), а також інструментів та технологій Salesforce.

Результати дослідження. Було проведено дослідження процесу впровадження CRM-системи на прикладі Salesforce, були розглянуті позитивні та негативні аспекти цього процесу. Розроблено алгоритм міграції даних з Excel таблиць до системи Salesforce, розглянуто процес налаштування кастомних полів, профілів та ролей, а також реалізації Web-2-Lead форм. Практично було впроваджено систему Salesforce в місцеву ІТ компанію, була успішно завершена міграція даних, налаштовані необхідні профілі та ролі користувачів, а також успішно використано Web-2-Lead форму для автоматизації процесу отримання лідів. Результати роботи були успішно впроваджені і призвели до збільшення ефективності роботи компанії з клієнтами, покращення процесу управління лідами та збільшення продажів. Salesforce виявився ефективним інструментом для оптимізації роботи з клієнтами в місцевій ІТ компанії.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, СКОРОЧЕНЬ	I
ТЕРМІНІВ	3
ВСТУП	6
1. ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ	7
2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОГЛЯД	8
2.1 Переваги використання Salesforce як CRM.....	8
2.2 Інтеграція з іншими інструментами	13
3. ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА	19
3.1 Управління даними за допомогою Salesforce.....	19
3.2 Налаштування та конфігурація Salesforce CRM.....	22
4. ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА	28
4.1 Створення користувачів, ролей та ієрархій.....	28
4.2 Впровадження функцій Sales Cloud	32
4.3 Налаштування обміну та інтеграція даними між Salesforce Account Engagement та Sales Cloud	39
4.4 Налаштування автоматизованих продажів в Salesforce Account Engagement	44
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

Умовні позначення, символи, скорочення, терміни	Пояснення умовних позначень, символів, скорочень, термінів
CRM (Customer Relationship Management)	система управління відносинами з клієнтами, що охоплює стратегії, технології та практики, які використовуються компаніями для управління та аналізу взаємодії з клієнтами, покращення відносин з клієнтами, збільшення продажів, зберігання даних та інформації про клієнтів
Salesforce	відома CRM-система, яка надає компаніям різні сервіси, такі як управління взаємодіями з клієнтами, автоматизацію продажів, аналіз даних та прикладні програми для розробки
Кастомні поля	це визначені користувачем поля, які дозволяють зберігати інформацію, специфічну для вашого бізнесу або відраслі, в Salesforce
Профілі	в Salesforce вони визначають різні ролі користувача, здатні визначати рівень доступу користувача до інформації
Ролі	в Salesforce вони визначають ієрархію доступу до даних в Salesforce. Роль дозволяє користувачам зі спільною роллю переглядати, редагувати та ділитися інформацією
Web-2-Lead	функція в Salesforce, яка дозволяє збирати інформацію з Інтернету за допомогою веб-форми та автоматично створювати потенційних клієнтів в

	Salesforce
Хмарні технології	технології, які дозволяють зберігати та обробляти дані на віддалених серверах через Інтернет, що полегшує доступ та співпрацю
Лід (Lead)	потенційний клієнт або контакт, який може бути зацікавлений у продуктах або послугах компанії
Контакт (Contact)	особа або організація, з якою компанія підтримує бізнес-відносини, та інформація про яку зберігається в CRM-системі
Кастомізація	це процес адаптації продукту, сервісу або системи до конкретних потреб або вимог користувача. В контексті CRM, це може означати налаштування інтерфейсу, створення кастомних полів для зберігання специфічної інформації, або внесення змін до робочого процесу, щоб він відповідав специфіці бізнесу
Маркетплейс	це тип онлайн-платформи, де товари або послуги надаються багатьма третіми сторонами, а транзакції обробляються оператором маркетплейсу. В контексті Salesforce, Salesforce Marketplace (або AppExchange) - це онлайн-магазин, де користувачі можуть знайти, оцінити, інсталювати та купувати додатки сторонніх розробників, які працюють з Salesforce

ВСТУП

У сучасному світі, інформаційні технології стають все більш інтегрованими в різні сфери бізнесу. Особливо актуальним стає використання систем управління відносинами з клієнтами, або CRM-систем. Salesforce як CRM-система вирізняється на цьому ринку і є однією з найпопулярніших в світі. Ця дипломна робота має на меті дослідити особливості впровадження і використання Salesforce в контексті ІТ-компанії.

Об'єктом дослідження є процес впровадження CRM-системи Salesforce в діяльність ІТ-компанії. Предметом дослідження є механізми перенесення даних з Excel в Salesforce, налаштування кастомних полів, профілів та ролей, а також створення та налаштування Web-2-Lead форми.

Для досягнення поставленої мети були використані методи аналізу і синтезу, схематизації, моделювання, системного аналізу, а також методи дослідження документації Salesforce та реалізації практичного проекту.

Ця робота представляє не тільки теоретичне дослідження, але й практичну розробку - впровадження CRM-системи Salesforce в ІТ-компанію. Одержані результати мають як теоретичне значення, так і практичну цінність, оскільки демонструють реальний випадок використання Salesforce як інструменту для впровадження CRM в бізнес.

Ця робота складається з трьох розділів. В першому розділі розглядається теорія CRM і опис Salesforce як CRM-системи. В другому розділі представлений опис процесу впровадження Salesforce в ІТ-компанію, включаючи перенесення даних, налаштування системи та впровадження Web-2-Lead. В третьому розділі представлені результати впровадження і рекомендації щодо подальшого використання Salesforce.

1. ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Основним завданням цієї дипломної роботи є дослідження та аналіз процесу впровадження та використання системи управління відносинами з клієнтами (CRM) Salesforce в місцевій IT-компанії.

Це завдання передбачає детальний аналіз процесу переходу від використання традиційних методів управління даними (в даному випадку, Excel таблиці) до використання передової CRM-системи Salesforce, що охоплює розробку стратегії міграції даних, налаштування кастомних полів, профілів та ролей, а також створення та налаштування Web-2-Lead форми.

Ця робота включає в себе оцінку ефективності цього переходу з точки зору покращення продуктивності роботи компанії, підвищення якості обслуговування клієнтів, а також з точки зору відповідності системи Salesforce конкретним потребам та бізнес-процесам IT-компанії.

Також завдання полягає в тому, щоб виявити, як впровадження Salesforce впливає на загальну ефективність бізнесу, та визначити, чи є Salesforce вдалою інвестицією для місцевої IT-компанії.

Для вирішення поставленого завдання були визначені наступні підзадачі:

1. Реалізація імпорту даних та їх обробка. Необхідно проаналізувати існуючі дані, визначити найбільш ефективний спосіб їх перенесення та реалізувати цей процес в рамках системи Salesforce.

2. Налаштування системи безпеки, кастомних полів, профілів та ролей в Salesforce. Мета - налаштувати систему таким чином, щоб вона відповідала специфіці бізнес-процесів компанії.

3. Створення та налаштування функціоналу для отримання потенційних клієнтів з сайту. Мета - забезпечити ефективний процес збору та обробки інформації про потенційних клієнтів.

2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОГЛЯД

2.1 Переваги використання Salesforce як CRM

Salesforce є однією з найпопулярніших CRM-систем, доступних сьогодні на ринку, завдяки широкому спектру функцій та переваг [1]. Ось деякі з переваг використання Salesforce як CRM-системи для бізнесу:

1. Хмарна платформа: Salesforce - це хмарна платформа, що означає, що компанії можуть отримати доступ до неї з будь-якого місця, де є підключення до Інтернету. Це дозволяє компаніям з віддаленими командами або декількома офісами легко співпрацювати та обмінюватися даними в режимі реального часу.

2. Масштабованість: Salesforce масштабується, а це означає, що її можна легко пристосувати до потреб бізнесу будь-якого розміру - від невеликих стартапів до великих підприємств. У міру зростання бізнесу та зміни його потреб, Salesforce можна налаштувати відповідно до цих потреб.

3. Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс користувача: Інтерфейс користувача Salesforce розроблений таким чином, щоб бути інтуїтивно зрозумілим і зручним для користувачів, що полегшує підприємствам впровадження та використання системи. Це допомагає скоротити час на навчання та покращити адаптацію користувачів.

4. Комплексна аналітика: Salesforce пропонує потужні аналітичні інструменти, які дозволяють компаніям відстежувати свої продажі та маркетингові показники, аналізувати дані про клієнтів та приймати обґрунтовані рішення. Ці інструменти дозволяють компаніям виявляти тенденції, відстежувати прогрес у досягненні цілей та приймати рішення на основі даних для покращення продажів і маркетингу.

5. Інтеграційні можливості: Salesforce можна інтегрувати з різними іншими системами, включаючи автоматизацію маркетингу, соціальні мережі та платформи для обслуговування клієнтів. Це допомагає компаніям оптимізувати свої операції, зменшити дублювання зусиль і підвищити точність даних.

6. Налаштовуванні інформаційні панелі: Salesforce дозволяє компаніям створювати настроювані інформаційні панелі, які надають уявлення про ефективність продажів і маркетингу в реальному часі. Це дозволяє компаніям легко визначати сфери, які потребують вдосконалення, і вживати заходів для їх вирішення.

Salesforce пропонує ряд переваг, які роблять його ідеальною CRM-системою для бізнесу всіх розмірів і галузей. Хмарна платформа, масштабованість, інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, всебічна аналітика, можливості інтеграції та настроюванні інформаційні панелі - це лише деякі з багатьох переваг, які можуть отримати компанії, використовуючи Salesforce в якості CRM-системи [18].

Користувацький інтерфейс Salesforce розроблений інтуїтивно зрозумілим і зручним, що полегшує впровадження та використання системи для бізнесу. Інтерфейс розроблений таким чином, щоб його можна було налаштувати, а функція перетягування дозволяє компаніям легко створювати та змінювати поля, сторінки та дашборди.

Однією з ключових особливостей користувацького інтерфейсу Salesforce є система Lightning Design System, яка забезпечує послідовний і сучасний вигляд на всіх пристроях. Це допомагає покращити адаптацію користувачів і скоротити час навчання, оскільки користувачі можуть швидко і легко орієнтуватися в системі та знаходити необхідну інформацію.

Salesforce також пропонує низку функцій для підвищення продуктивності, які допомагають користувачам працювати ефективніше, наприклад, комбінації клавіш, функцію пошуку та домашню сторінку, що налаштовується. Крім того, система включає в себе різні інструменти для спільної роботи, такі як Chatter (внутрішній месенджер), що дозволяє користувачам співпрацювати та обмінюватися інформацією в режимі реального часу.

Ще однією перевагою користувацького інтерфейсу Salesforce є його мобільність. Доступ до системи можна отримати з будь-якого пристрою, підключеного до Інтернету, включаючи смартфони та планшети. Це дозволяє

користувачам залишатися на зв'язку та продуктивно працювати в дорозі, чи то в офісі, чи то в дорозі.

Користувацький інтерфейс Salesforce також розроблений таким чином, щоб його можна було налаштувати відповідно до унікальних потреб бізнесу. Компанії можуть додавати або видаляти поля, налаштовувати макети сторінок і створювати власні інформаційні панелі відповідно до своїх вимог. Це допомагає компаніям оптимізувати свої операції та підвищити ефективність, надаючи користувачам інформацію та інструменти, необхідні для продуктивної роботи.

Зручний інтерфейс Salesforce розроблений, щоб бути інтуїтивно зрозумілим, сучасним і налаштовуваним, що покращує адаптацію користувачів і скорочує час на навчання. Завдяки широкому спектру функцій для підвищення продуктивності, інструментам для співпраці, мобільному доступу та можливостям налаштування, Salesforce надає компаніям надійну CRM-систему, яка проста у використанні та допомагає їм залишатися продуктивними та на зв'язку.

Salesforce пропонує надійні засоби звітності та аналітики, що дозволяють компаніям відстежувати ефективність продажів і маркетингу, аналізувати дані про клієнтів і приймати рішення на основі даних. Ці можливості допомагають компаніям оптимізувати свою діяльність та покращити клієнтський досвід.

Можливості звітності Salesforce включають налаштування інформаційні панелі та звіти, що дозволяють користувачам створювати та переглядати важливі показники в режимі реального часу. Користувачі можуть фільтрувати та групувати дані, а також заглиблюватися в конкретні точки даних, щоб отримати більш глибоке розуміння своєї діяльності.

Аналітичні можливості Salesforce включають інтелектуальний аналіз даних, предиктивну аналітику та сегментацію клієнтів. Ці інструменти дозволяють компаніям аналізувати дані про клієнтів, виявляти тенденції та прогнозувати майбутню поведінку. Це допомагає компаніям створювати цільові маркетингові кампанії, оптимізувати процес продажу та покращувати загальний клієнтський досвід.

Salesforce також пропонує ряд інтеграцій з інструментами бізнес-аналітики, такими як Tableau, Power BI та QlikView. Це дозволяє компаніям створювати власні звіти та інформаційні панелі, які дають уявлення про ефективність продажів і маркетингу. Ці інтеграції допомагають компаніям глибше розуміти свої дані та приймати рішення на основі даних.

На додаток до цих можливостей, Salesforce пропонує Einstein Analytics. Аналітична платформа на основі штучного інтелекту від Salesforce надає компаніям ще більше можливостей для аналізу даних та прийняття рішень на основі даних. Ця платформа використовує алгоритми машинного навчання для аналізу великих обсягів даних і надання прогностичних висновків та рекомендацій.

Einstein Analytics може аналізувати дані з різних джерел, включаючи дані Salesforce, зовнішні джерела даних та дані з соціальних мереж. Це дозволяє компаніям комплексно переглядати свої дані та виявляти нові можливості.

Деякі з ключових функцій Einstein Analytics включають:

1. Прогностичні інсайти: Einstein Analytics використовує алгоритми машинного навчання для аналізу історичних даних і прогнозування майбутніх тенденцій та поведінки. Це допомагає бізнесу передбачати потреби клієнтів, оптимізувати процес продажу та приймати рішення на основі даних.

2. Обробка природної мови: Einstein Analytics включає в себе можливості обробки природної мови, що дозволяє користувачам задавати питання про свої дані простою англійською мовою. Це дозволяє користувачам легко досліджувати свої дані та отримувати інформацію без знання складних мов запитів.

3. Розширена візуалізація даних: Einstein Analytics включає різні розширені інструменти візуалізації даних, що дозволяють користувачам створювати власні інформаційні панелі та звіти, які надають чітке та інтуїтивно зрозуміле уявлення про їхні дані. Користувачі можуть заглиблюватися в конкретні точки даних, щоб отримати глибше розуміння і виявити тенденції.

4. Спільна робота: Einstein Analytics включає в себе інструменти для спільної роботи, що дозволяють користувачам ділитися даними та ідеями з колегами і співпрацювати над проектами. Це допомагає компаніям покращити комунікацію та співпрацю між командами.

Einstein Analytics надає компаніям потужну платформу для аналізу даних та прийняття рішень на основі даних. Завдяки прогностичним інсайтам, обробці природної мови, розширеній візуалізації даних та інструментам для співпраці, Einstein Analytics допомагає компаніям глибше зрозуміти свої дані та визначити нові можливості для зростання.

Можливості звітності та аналітики Salesforce допомагають компаніям відстежувати ефективність продажів і маркетингу, аналізувати дані про клієнтів і приймати рішення на основі даних. Завдяки налаштованим інформаційним панелям і звітам, інтелектуальному аналізу даних, предиктивній аналітиці та інтеграції з інструментами бізнес-аналітики, Salesforce надає компаніям потужну платформу для аналізу даних та оптимізації діяльності.

Salesforce розроблена для мобільних пристроїв, що дозволяє користувачам отримувати доступ до системи з будь-якого пристрою, підключеного до Інтернету, включаючи смартфони та планшети. Це дозволяє користувачам легко залишатися на зв'язку та продуктивно працювати в дорозі, чи то в офісі, чи то в дорозі.

Мобільний додаток Salesforce надає користувачам доступ до всіх функцій і можливостей десктопної версії, включаючи управління лідами та можливостями, управління контактами та обліковими записами, а також інструменти для спільної роботи. Користувачі також можуть переглядати власні інформаційні панелі та звіти, відстежувати показники продажів, керувати своїми завданнями та календарем.

Мобільний додаток Salesforce доступний для пристроїв на iOS та Android і розроблений для забезпечення безперебійного та інтуїтивно зрозумілого користувацького досвіду. Додаток включає ряд функцій для підвищення продуктивності, таких як швидкі дії, функція пошуку та персоналізовані

сповіщення, що допомагають користувачам не відставати від роботи та визначати пріоритети своїх завдань.

Однією з найважливіших переваг мобільного додатку Salesforce є його можливість працювати в режимі офлайн. Користувачі можуть отримувати доступ до своїх даних і редагувати їх, навіть якщо у них немає підключення до Інтернету, а будь-які внесені зміни автоматично синхронізуються при повторному підключенні. Це допомагає користувачам залишатися продуктивними, навіть якщо вони перебувають у місцях з поганим або відсутнім інтернет-зв'язком.

Мобільна доступність Salesforce також допомагає компаніям покращити співпрацю та командну комунікацію. Користувачі можуть легко обмінюватися даними та співпрацювати над проектами зі своїх мобільних пристроїв, що сприяє підвищенню продуктивності та ефективності.

Мобільна доступність Salesforce дозволяє користувачам отримувати доступ до системи з будь-якого пристрою, підключеного до Інтернету, забезпечуючи безперебійну та інтуїтивно зрозумілу роботу з системою. Завдяки можливостям роботи в автономному режимі, функціям підвищення продуктивності та інструментам для співпраці мобільний додаток Salesforce допомагає користувачам залишатися на зв'язку та продуктивно працювати в дорозі, підвищуючи ефективність та співпрацю між командами [2].

2.2 Інтеграція з іншими інструментами

Salesforce пропонує низку варіантів інтеграції, що дозволяє компаніям легко поєднувати Salesforce з іншими системами та інструментами. Інтегруючи Salesforce з іншими пристроями, компанії можуть оптимізувати свої операції, підвищити точність даних і використовувати сильні сторони різних систем у своєму технологічному стеку.

Деякі з найважливіших варіантів інтеграції для Salesforce включають:

1. Автоматизація маркетингу: Salesforce можна інтегрувати з інструментами автоматизації маркетингу, такими як Marketo, HubSpot та Pardot.

Це дозволяє компаніям створювати цільові маркетингові кампанії на основі даних про клієнтів, відстежувати потенційних клієнтів та покращувати роботу з ними.

2. Соціальні мережі: Salesforce можна інтегрувати з платформами соціальних мереж, такими як Twitter, Facebook та LinkedIn. Це дозволяє компаніям відстежувати взаємодію та залученість у соціальних мережах, а також відповідати на запити та скарги клієнтів.

3. Обслуговування клієнтів: Salesforce можна інтегрувати з платформами для обслуговування клієнтів, такими як Zendesk, Freshdesk і Desk.com. Це дозволяє компаніям надавати персоналізоване та оперативне обслуговування клієнтів, відстежуючи взаємодію та відгуки клієнтів.

4. Електронна комерція: Salesforce можна інтегрувати з платформами електронної комерції, такими як Shopify, Magento та BigCommerce. Це дозволяє компаніям відстежувати дані про продажі, керувати замовленнями та відправленнями клієнтів, а також покращувати загальний досвід електронної комерції.

5. Бізнес-аналітика: Salesforce можна інтегрувати з інструментами бізнес-аналітики, такими як Tableau, Power BI та QlikView. Це дозволяє компаніям створювати кастомні звіти та інформаційні панелі, які дають уявлення про ефективність продажів і маркетингу.

Salesforce також пропонує велику бібліотеку сторонніх додатків та інтеграцій, які компанії можуть використовувати для розширення функціональності своєї CRM-системи. Ці програми та інтеграції охоплюють цілий ряд категорій, включаючи аналітику, спільну роботу, управління проектами тощо [3].

Таким чином, можливості інтеграції Salesforce дозволяють компаніям легко поєднувати Salesforce з іншими системами та інструментами, покращуючи свої операції та використовуючи сильні сторони різних підходів у своєму технологічному стеку. Незалежно від того, чи це автоматизація маркетингу, соціальні мережі, обслуговування клієнтів, електронна комерція або бізнес-

аналітика, Salesforce пропонує широкий спектр інтеграцій для задоволення унікальних потреб підприємств усіх розмірів і галузей.

Salesforce вирізняється серед систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) завдяки своїм значним можливостям кастомізації та масштабування. Кастомізація в Salesforce дозволяє компаніям адаптувати програмне забезпечення CRM відповідно до їхніх конкретних потреб і процесів, підвищуючи ефективність продажів, обслуговування та маркетингових операцій. Незалежно від того, чи це модифікація інтерфейсу Salesforce, чи створення індивідуальних інформаційних панелей, чи розробка унікальних додатків за допомогою AppExchange від Salesforce, компанії можуть створити CRM-рішення, яке відповідає їхньому унікальному операційному плану.

Масштабованість означає здатність системи впоратися зі зростанням і змінами в бізнес-середовищі. Завдяки хмарній інфраструктурі, Salesforce за своєю суттю розроблений для масштабування разом з розвитком бізнесу. У міру того, як бізнес розширюється, додаючи більше користувачів, обробляючи більше даних і впроваджуючи складніші операції, Salesforce може легко задовольнити ці зростаючі вимоги без шкоди для продуктивності та надійності. Ця здатність до масштабування має вирішальне значення в сучасному бізнес-середовищі, що швидко розвивається, дозволяючи компаніям залишатися гнучкими та конкурентоспроможними. Таким чином, поєднання кастомізації та масштабованості робить Salesforce динамічним та адаптивним CRM-рішенням для підприємств усіх розмірів та галузей.

Кастомізація та масштабованість у Salesforce - це не просто окремі функції; вони переплітаються та доповнюють одна одну. Наприклад, зі збільшенням масштабів бізнесу та ускладненням його операцій зростає і потреба в додатковому налаштуванні. Надійна архітектура Salesforce розроблена для того, щоб полегшити цей цикл зростання та адаптації. До форм можна додавати нові поля, робочі процеси можна змінювати відповідно до унікальних бізнес-процесів, а звіти можна налаштовувати так, щоб вони надавали інформацію, пристосовану до зростаючих потреб бізнесу. Salesforce пропонує безліч варіантів кастомізації,

починаючи від простих рішень для нетехнічних користувачів і закінчуючи складними варіантами кодування для розробників. Це гарантує, що кастомізація може бути як поверхневою, так і глибокою, що робить її придатною для малих і великих корпорацій.

Масштабованість у Salesforce виходить за рамки безпосереднього збільшення обсягу даних або бази користувачів. Вона також включає інтеграцію з іншими системами в міру зростання бізнесу. Комплексний API Salesforce забезпечує безперешкодну інтеграцію з різними зовнішніми системами, будь то застарілий локальний додаток, платформа електронної комерції або канал соціальних мереж. Ця інтероперабельність ще більше підвищує масштабованість платформи, гарантуючи, що Salesforce залишається центральним інформаційним центром, незалежно від того, наскільки різноманітними або масштабними стають системи бізнесу. Кастомізація та масштабованість є невід'ємними рисами Salesforce і ключовими факторами успіху цієї системи як провідного CRM-рішення. Надаючи компаніям гнучкість для адаптації та здатність до зростання, Salesforce гарантує, що вони зможуть зберегти свою конкурентну перевагу в динамічному та мінливому ринковому ландшафті.

На додаток до цих важливих факторів, цінність кастомізації та масштабованості Salesforce стає очевидною при розгляді її впливу на досвід користувачів та ефективність бізнесу. Персоналізація має вирішальне значення для адаптації користувачів, що є поширеною перешкодою при впровадженні CRM. Дозволяючи командам налаштовувати Salesforce так, щоб він відображав їхні існуючі процеси та робочі процеси, компанії можуть підвищити рівень адаптації користувачів, підвищити ефективність та загальну рентабельність інвестицій.

Масштабованість Salesforce також є критично важливим фактором для забезпечення довгострокового успіху бізнесу. Здатність до плавного масштабування захищає компанії від ризику переростання своїх систем і виникнення значних проблем з міграцією або оновленням. Масштабованість Salesforce дозволяє підприємствам починати з малого і рости, не турбуючись про

зміну своєї CRM-системи. Ця можливість забезпечує послідовний користувацький досвід, мінімізує перебої в роботі та забезпечує безперервність у міру розвитку бізнесу. Поєднання кастомізації та масштабованості в Salesforce може призвести до більш ефективного управління даними. Зі збільшенням масштабів бізнесу зростає обсяг і складність даних, якими він оперує. Кастомні поля та об'єкти в Salesforce можна використовувати для забезпечення впорядкованості, доступності та значущості цих даних. З іншого боку, масштабована інфраструктура платформи гарантує, що збільшення обсягу даних не вплине на продуктивність системи.

По суті, кастомізація та масштабованість Salesforce є фундаментальними стовпами, на яких компанії можуть будувати свою CRM-стратегію. Ці аспекти в поєднанні з широким набором функцій та інтеграцій Salesforce роблять його гнучким, перспективним рішенням для компаній, які прагнуть підтримувати клієнтоорієнтовану діяльність у світі, що стає все більш цифровим і керованим даними.

Окрім операційної гнучкості та стійкості, кастомізація та масштабованість Salesforce слугують ширшій стратегічній меті. Вони позиціонують компанії як проактивні та підготовлені до роботи в умовах дедалі більш мінливого, невизначеного, складного та неоднозначного ринку.

Кастомізація в Salesforce може допомогти бізнесу відрізнити себе від конкурентів. Пристосовуючи CRM-систему до своїх унікальних стратегій продажів і моделей залучення клієнтів, компанії можуть створити особливий клієнтський досвід, який вирізнятиме їх на ринку. Така можливість кастомізації стосується не лише операційної ефективності, а й створення унікальної ідентичності та ціннісної пропозиції у переповненому та конкурентному бізнес-середовищі. Масштабованість у Salesforce готує бізнес до майбутнього. В епоху, коли зміни є єдиною константою, здатність швидко та ефективно масштабувати операції є стратегічною перевагою. Незалежно від того, чи виходите ви на нові ринки, чи запускаєте нові продукти, чи пристосовуєтесь до змін у поведінці клієнтів, масштабована архітектура Salesforce гарантує, що бізнес може реагувати

швидко та ефективно. У більш широкому сенсі, кастомізація та масштабованість, які пропонує Salesforce, втілюють суть цифрової трансформації - використання технологій не лише для оцифрування існуючих процесів, але й для створення нових способів роботи, нових бізнес-моделей та нових шляхів для зростання. Таким чином, Salesforce - це не просто CRM-система; це платформа для інновацій та трансформації бізнесу.

Важливо зазначити, що компаніям потрібні талановиті фахівці, які зможуть використовувати потенціал кастомізації та масштабованості Salesforce. Це підкреслює важливість інвестицій у навчання, підвищення кваліфікації співробітників або партнерство з досвідченими консультантами та партнерами Salesforce для навігації та оптимізації цієї потужної платформи [4].

3. ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА

3.1 Управління даними за допомогою Salesforce

Встановлення та налаштування Salesforce CRM є критично важливим процесом, який формує ефективність управління взаємовідносинами з клієнтами в організації. Він включає в себе ряд кроків для адаптації системи до унікальних потреб і робочих процесів бізнесу.

Початкове налаштування починається з визначення основної інформації про організацію в розділі "Інформація про компанію". Тут вводимо такі дані, як назва компанії, адреса, мова та локаль за замовчуванням, а також валюта, серед іншого.

Далі визначимо налаштування безпеки. Salesforce надає різні інструменти для забезпечення безпеки даних, зокрема налаштування політики паролів, увімкнення двофакторної автентифікації, встановлення обмежень доступу за IP-адресою та налаштування параметрів спільного доступу, щоб контролювати доступ до даних на основі політик організації.

Після цього налаштування користувачів, профілей та ролей. Визначимо користувачів, які матимуть доступ до системи, призначивши їм профіль, який визначає їхні дозволи та права доступу. Далі користувачам призначаються ролі, які визначають записи, які вони можуть переглядати і редагувати на основі ієрархії ролей.

Далі потрібно налаштувати поля та об'єкти даних. Salesforce має стандартні об'єкти, такі як Ліди, Акаунти, Контакти та Можливості. Однак ми можемо створювати кастомні об'єкти та поля відповідно до конкретних вимог до даних.

Налаштування робочих процесів і правил автоматизації - ще один важливий крок. Конструктор процесів і конструктор потоків Salesforce дозволяє

автоматизувати стандартні внутрішні процедури та бізнес-процеси, підвищуючи ефективність роботи.

Нарешті, ми можемо налаштувати інтерфейс Salesforce, щоб покращити користувацький досвід і продуктивність. Це може включати налаштування інформаційних панелей, макетів сторінок і мобільного додатку.

Сильна сторона Salesforce полягає в тому, що вона дуже легко налаштовується, що дозволяє організаціям пристосовувати платформу до своїх унікальних бізнес-потреб і робочих процесів. Ця кастомізація включає опції конфігурації та опції кастомізації, кожна з яких забезпечує різний рівень адаптивності [5].

Конфігурація передбачає коригування налаштувань у Salesforce за допомогою вбудованих інструментів. Це включає додавання або зміну полів, налаштування макетів сторінок, створення робочих циклів і автоматизацію процесів, визначення правил валідації, а також створення ролей і профілів користувачів. Конфігурація не вимагає кодування і часто є першим кроком до кастомізації Salesforce.

Окрім конфігурації, Salesforce також дозволяє більш глибоке налаштування за допомогою програмної розробки. Це особливо корисно, коли потреби організації виходять за рамки того, що можливо за допомогою простої конфігурації. Мова програмування Apex від Salesforce та мова розмітки Visualforce дозволяють створювати власну бізнес-логіку та користувацькі інтерфейси відповідно.

Ще одним важливим варіантом кастомізації є використання Lightning App Builder та Lightning Components. Вони забезпечують основу для створення сучасних, адаптивних користувацьких інтерфейсів. Розробники можуть використовувати існуючі Lightning Components або створювати власні, створюючи користувацький досвід, адаптований до їхніх бізнес-процесів [6].

Salesforce надає API для інтеграції із зовнішніми системами. Незалежно від того, чи потрібно вам зв'язати Salesforce з ERP, маркетинговою платформою або будь-якою іншою зовнішньою системою, API пропонують гнучкий спосіб

розширити функціональність платформи та забезпечити безперебійний потік даних.

Нарешті, AppExchange від Salesforce - це маркетплейс для сторонніх додатків, які можна встановити для розширення функціональності Salesforce. Незалежно від того, чи потрібні вам розширені інструменти звітності, можливості штучного інтелекту або галузеві рішення, додаток на AppExchange, швидше за все, задовольнить ваші бізнес-потреби.

Salesforce пропонує широкий спектр можливостей кастомізації та конфігурації, що дозволяє організаціям формувати платформу відповідно до своїх операційних потреб та стратегічних цілей.

Налаштування та конфігурація Salesforce пропонують багато переваг, підвищуючи корисність платформи та її адаптивність до унікальних потреб бізнесу.

Підвищення ефективності: Налаштувавши Salesforce відповідно до конкретних бізнес-процесів, ми зможемо оптимізувати робочі процеси та підвищити продуктивність. Автоматизовані процеси, кастомні поля та персоналізовані інтерфейси зменшують ручну працю та підвищують ефективність роботи користувачів.

Покращене сприйняття користувачами: Система Salesforce, яка відображає робочі процеси та термінологію бізнесу, є більш доступною для розуміння та використання співробітниками. Кастомні інтерфейси та інформаційні панелі, пристосовані до ролей користувачів, можуть значно підвищити рівень адаптації та задоволеності користувачів.

Покращена звітність та прийняття рішень: Кастомізація дозволяє створювати індивідуальні звіти та інформаційні панелі, які відображають конкретні бізнес-показники та KPI. Завдяки тому, що відповідні дані представлені у доступній та змістовній формі, процес прийняття рішень покращується.

Краще управління клієнтами: Salesforce можна налаштувати для збору даних про клієнтів, які є найбільш важливими для бізнесу. Користувацькі поля,

об'єкти та автоматизація можуть покращити профілювання, сегментацію та залучення клієнтів, що в кінцевому підсумку покращує клієнтський досвід [7].

Масштабованість: Зі зростанням і розвитком бізнесу може розвиватися і ваша система Salesforce. Налаштування та конфігурація дозволяють вносити зміни та доповнення відповідно до мінливих вимог.

Можливості інтеграції: Можливості кастомізації Salesforce включають інтеграцію зовнішніх систем, забезпечення безперебійного потоку даних і всеосяжної функціональності. Незалежно від того, чи це інструмент автоматизації маркетингу, ERP-система або платформа для обслуговування клієнтів, Salesforce може з'єднуватися з ними, щоб забезпечити єдину бізнес-систему.

Кастомізація та конфігурація Salesforce дозволяє компаніям перетворити CRM-платформу на індивідуальне рішення, яке точно відповідає їхнім потребам, сприяє підвищенню ефективності, адаптації користувачів, задоволеності клієнтів та зростанню бізнесу.

3.2 Налаштування та конфігурація Salesforce CRM

Встановлення та налаштування Salesforce CRM - це стратегічний процес, який вимагає ретельного планування та виконання, щоб використати весь потенціал платформи. Процес зазвичай починається з глибокого розуміння потреб і робочих процесів бізнесу. Це розуміння формує основу для структури CRM, визначаючи макет інтерфейсу, кастомні поля та об'єкти, які необхідно створити, а також робочі процеси, які необхідно налагодити.

Після визначення базової структури процес налаштування переходить до міграції даних. Це передбачає перенесення існуючих даних про клієнтів до Salesforce. Цей важливий крок вимагає ретельного планування, щоб забезпечити цілісність і точність даних. Salesforce пропонує різні інструменти для імпорту даних, такі як майстер імпорту даних та завантажувач даних, кожен з яких має унікальні можливості, що відповідають різним обсягам та складності даних.

Після міграції даних фокус зміщується на налаштування користувачів. Це передбачає створення профілів користувачів, налаштування ієрархії ролей та визначення контролю доступу на основі обов'язків і привілеїв різних користувачів. Цей крок має вирішальне значення для підтримки безпеки даних і забезпечення доступу користувачів до інформації та функцій, необхідних для ефективного виконання їхніх ролей.

Процес конфігурації далі поширюється на налаштування широкого спектру функцій Salesforce, включаючи процеси продажів, сервісні процеси, маркетингові кампанії, звіти та інформаційні панелі, щоб відповідати унікальним вимогам бізнесу. AppExchange від Salesforce також пропонує безліч готових додатків і компонентів, які можна встановити, щоб розширити функціональність CRM. Однак важливо зазначити, що встановлення та налаштування Salesforce - це не одноразова дія, а скоріше безперервний процес. По мірі розвитку бізнесу, CRM повинна розвиватися разом з ним. Регулярний аудит, оновлення та налаштування необхідні для того, щоб забезпечити відповідність CRM мінливим потребам бізнесу та оптимальну підтримку його траєкторії зростання [8].

Налаштування та конфігурація Salesforce CRM - це створення індивідуальної системи, яка підвищує операційну ефективність, надає глибокі дані та сприяє покращенню взаємовідносин з клієнтами, що є критично важливими для успіху бізнесу в сучасному конкурентному середовищі.

Встановлення та налаштування Salesforce CRM можна розглядати як подорож, а не як пункт призначення, що поєднує технологію та бізнес-стратегії. Вона починається з вирішального етапу розуміння і перекладу цілей бізнесу у функціональні вимоги. У цьому процесі беруть участь ключові особи, які приймають рішення, і кінцеві користувачі, на повсякденну діяльність яких нова система матиме значний вплив. Їхнє розуміння може виявитися безцінним у формуванні CRM, яка справді відображає процеси та потреби організації.

Конфігурація Salesforce в першу чергу полягає в налаштуванні платформи відповідно до встановлених вимог. Це включає створення власних об'єктів і полів, що представляють унікальні дані бізнесу, коригування макетів сторінок для

відображення найбільш релевантної інформації, а також встановлення робочих процесів і правил автоматизації для оптимізації операцій. Однак дуже важливо дотримуватися балансу в кастомізації. Хоча система має бути пристосована до потреб бізнесу, надмірна кастомізація може призвести до ускладнення та зниження гнучкості перед обличчям змін. Аспект управління користувачами при налаштуванні Salesforce CRM є ще одним важливим фактором. Сюди входить створення профілів користувачів, визначення їхніх ролей і дозволів, а також розробка зручного інтерфейсу, який заохочує до адаптації. Крім того, слід впровадити належну навчальну програму для полегшення плавного переходу користувачів, що сприятиме підвищенню ефективності та зменшенню опору, який часто супроводжує впровадження нових систем.

Налаштування інтеграцій - ще одна важлива частина конфігурації Salesforce. Завдяки потужним можливостям API, Salesforce можна інтегрувати з багатьма іншими системами, як внутрішніми, такими як ERP, так і зовнішніми, наприклад, інструментами електронного маркетингу. Ці інтеграції гарантують, що Salesforce стане центральним центром для всієї інформації, пов'язаної з клієнтами, надаючи комплексне уявлення про клієнта і розширюючи можливості для прийняття рішень. Конфігурація Salesforce також повинна враховувати можливості платформи щодо звітності та аналітики. Це передбачає створення користувацьких звітів та інформаційних панелей, які надають дієву інформацію та підтримують прийняття стратегічних рішень. Від показників ефективності продажів до моделей поведінки клієнтів - інформація, отримана за допомогою інструментів звітності Salesforce, є потужним активом для будь-якого бізнесу [9].

Погляд на процес через призму трансформації бізнесу має важливе значення при налаштуванні та конфігуруванні Salesforce CRM. Дійсно, хоча процес включає технічні аспекти, такі як створення користувацьких полів і об'єктів або налаштування профілів користувачів, він також вимагає стратегічної перспективи, яка визнає Salesforce інструментом для бізнес-інновацій. Це означає, що процес повинен починатися з всебічного аналізу бізнес-стратегії. Які стратегічні цілі компанії? Як управління взаємовідносинами з клієнтами

вписується в ці цілі? Відповіді на ці питання надають дорожню карту для налаштування та конфігурації Salesforce, гарантуючи, що він стане інструментом, який розширює стратегічні можливості, а не просто ще одним програмним рішенням.

Налаштування Salesforce має стати можливістю переосмислити бізнес-процеси. Замість того, щоб просто оцифровувати існуючі робочі процеси, подумайте, як функції та можливості Salesforce можуть забезпечити нові, більш ефективні або клієнтоорієнтовані способи роботи. Наприклад, чи можна використовувати інструменти соціального слухання Salesforce для кращого розуміння потреб клієнтів? Чи можуть його можливості автоматизації впорядкувати процеси продажів, звільнивши більше часу для взаємодії з клієнтами? Розглядаючи ці можливості, компанії можуть використовувати процес конфігурації для стимулювання операційних інновацій.

Ще одним важливим фактором, який слід враховувати при налаштуванні Salesforce, є управління змінами. Впровадження нової CRM-системи може стати значною зміною для співробітників. Тому дуже важливо розповісти про переваги нової системи, провести відповідне навчання та отримати зворотній зв'язок. Це сприятиме більш плавному впровадженню та допоможе гарантувати, що система буде налаштована таким чином, щоб дійсно відповідати потребам користувачів. Необхідно проводити регулярні огляди та коригування, щоб гарантувати, що система .

Використання Salesforce як CRM-рішення вимагає продуманого підходу до його налаштування та конфігурації, пам'ятаючи про те, що інструмент настільки хороший, наскільки добре його впроваджено. Ефективна стратегія впровадження Salesforce тісно переплітається з розумінням шляху клієнта в бізнес-екосистемі. Salesforce, за своєю суттю, призначений для покращення досвіду клієнтів. Таким чином, її налаштування має відображати тонкощі життєвого циклу клієнта в організації. Це передбачає створення унікальних профілів клієнтів, кастомізацію контактних осіб, налаштування персоналізованої автоматизації маркетингу та створення каналів обслуговування на платформі [10].

Одним з унікальних аспектів Salesforce є його здатність адаптуватися до різних галузевих вертикалей завдяки спеціалізованим галузевим рішенням. Вони можуть бути використані під час налаштування для створення галузевого CRM-рішення. Наприклад, якщо організація працює в секторі охорони здоров'я, Salesforce Health Cloud можна налаштувати для надання рішень, орієнтованих на пацієнта. Масштабованість Salesforce вступає в гру під час її налаштування. Підприємства повинні планувати зростання на етапі налаштування, створюючи надійну структуру, здатну впоратися зі збільшенням кількості клієнтів, лінійок продуктів чи послуг та географічного охоплення. Налаштування також має враховувати потужні інтеграційні можливості Salesforce, які дозволяють компаніям пов'язувати свої CRM з іншими операційними системами, створюючи єдину, безперебійну платформу управління бізнесом.

Крім того, в процесі налаштування слід звернути увагу на AppExchange від Salesforce. Цей маркетплейс може похвалитися безліччю додатків і плагінів, які можуть надати додаткові функціональні можливості та оптимізувати різні завдання в рамках CRM. Від аналітичних інструментів на основі штучного інтелекту до додатків для управління проектами, AppExchange може значно підвищити продуктивність CRM-платформи.

Зрештою, налаштування та конфігурація Salesforce CRM поєднує в собі стратегічне планування та технічну реалізацію. Йдеться про розробку рішення, яке відповідає нагальним потребам бізнесу і готове впоратися з майбутнім зростанням і змінами. При правильному підході Salesforce може стати каталізатором трансформації бізнесу, сприяючи залученню клієнтів і зростанню бізнесу.

Отже, поставлену задачу можна розв'язати, використовуючи наступний алгоритм:

Крок 1. Перенесення даних в Salesforce Sales Cloud

Крок 2. Налаштування, профілей та ролей в Salesforce, адаптуючи їх до специфіки бізнес-процесів компанії.

Крок 3. Впровадження форми Web-2-Lead, налаштування для ефективної генерації лідів та збору інформації з онлайн-джерел.

Крок 4. Інтеграція з Sales Cloud, налаштування обміну даними та інтеграції між Salesforce Account Engagement та Sales Cloud для забезпечення безперебійної роботи на обох платформах.

Крок 5. Створення облікових записів користувачів

Крок 6. Активація та налаштування Sales Cloud, щоб покращити процеси управління продажами та взаємовідносинами з клієнтами.

Крок 7. Використання інструментів аналітики та звітності Salesforce для моніторингу ефективності продажів, взаємодії з клієнтами та інших ключових показників.



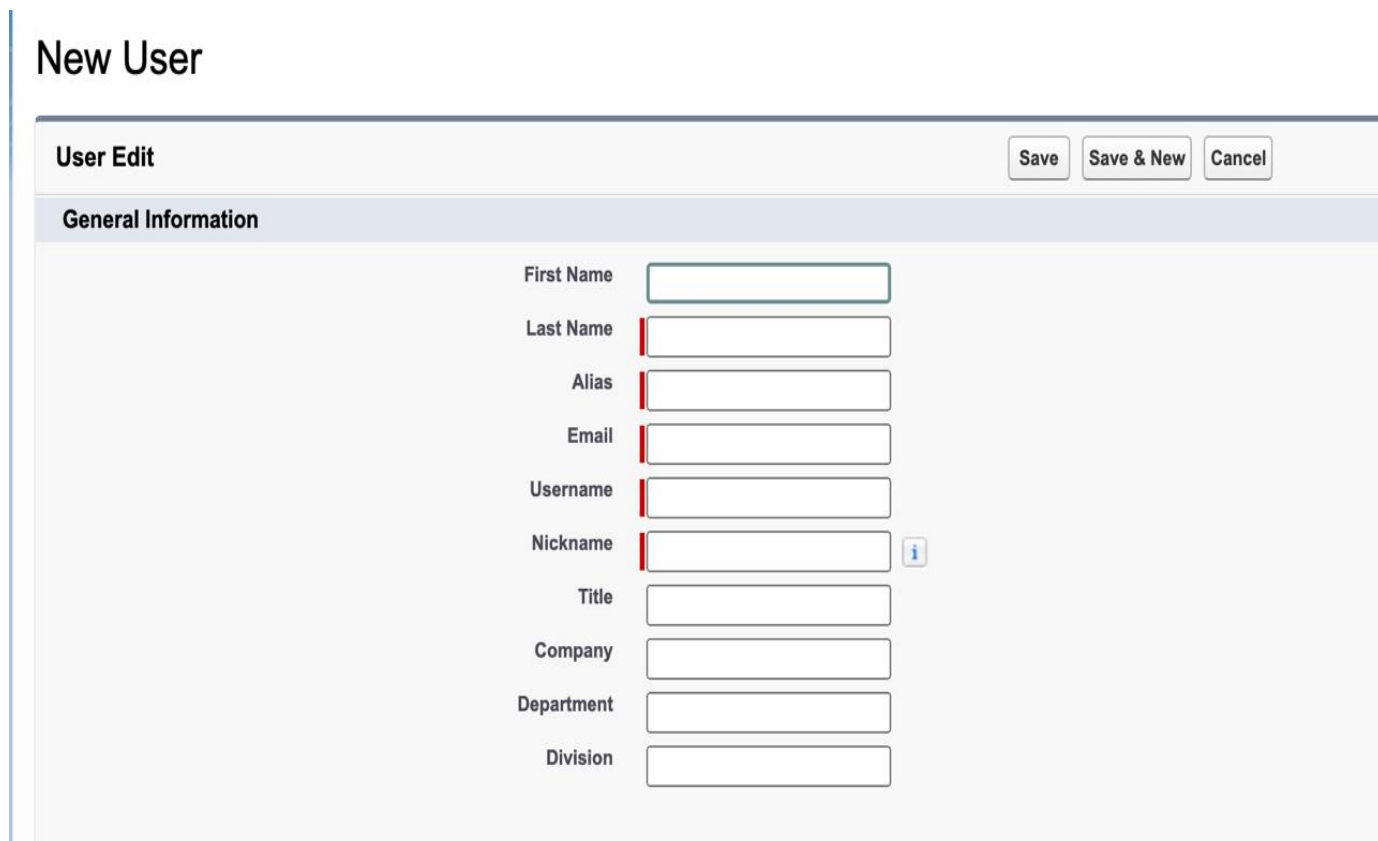
Рис 3.1- Блок схема алгоритму налаштування автоматизованих продажів в Salesforce Account Engagement

4. ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА

4.1 Створення користувачів, ролей та ієрархій

Створення користувачів: Salesforce дозволяє адміністраторам створювати

індивідуальні облікові записи користувачів (рис. 4.1). Починаючи з розділу "Користувачі" в розділі "Адміністрування", ми можемо створювати нових користувачів, заповнивши необхідні дані: Ім'я, Прізвище, Електронна пошта, Ім'я користувача, Псевдонім, Псевдонім та Ліцензія користувача [14].



The screenshot shows a web interface for creating a new user. The main heading is "New User". Below it is a form titled "User Edit". In the top right corner of the form are three buttons: "Save", "Save & New", and "Cancel". The form is divided into sections, with the first section being "General Information". This section contains several input fields, each with a label to its left: "First Name", "Last Name", "Alias", "Email", "Username", "Nickname", "Title", "Company", "Department", and "Division". The "Nickname" field has a small blue information icon to its right. The fields are arranged vertically, with some having a red vertical bar to the left of the input area.

Рис 4.1- Вигляд вікна для створення користувача

У цьому випадку ми створимо шість облікових записів, по одному для кожної особи в компанії: генерального директора, керівника офісу, двох менеджерів з продажу, маркетолога та адміністратора.

Визначення ролі: Ролі в Salesforce визначають позицію користувача в ієрархії ролей. Це впливає на доступ до записів, звітність та прогнозування. У цьому випадку ми створимо такі ролі: Генеральний директор, Керівник офісу, Менеджер з продажу, Маркетолог та Адміністратор.

Призначення ролей користувачам: Після створення ролей ми призначаємо їх відповідним користувачам. Роль генерального директора призначається генеральному директору, роль керівника офісу - керівнику офісу і так далі (рис. 4.2).

Creating the Role Hierarchy

You can build on the existing role hierarchy shown on this page.

Your Organization's Role Hierarchy

[Collapse All](#) [Expand All](#)

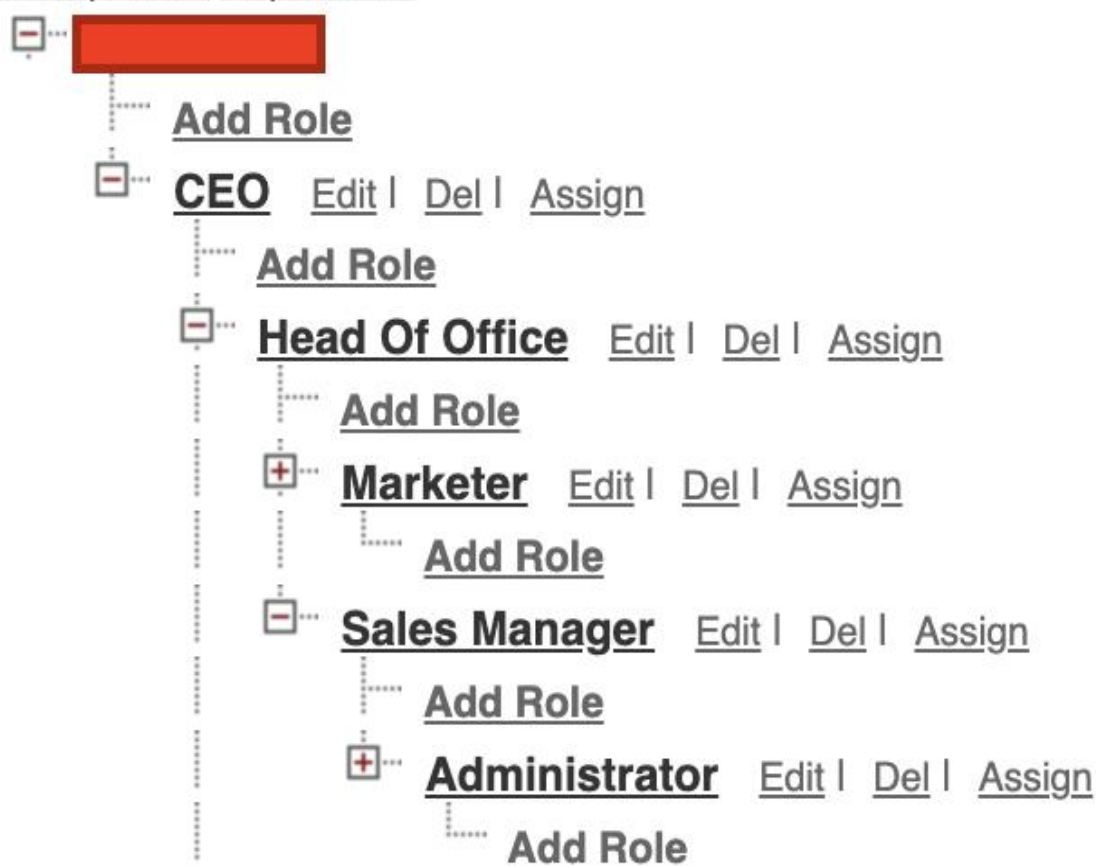


Рис 4.2 - Вигляд вікна для створення ролей користувачів

Налаштування ієрархії ролей: Ієрархія ролей Salesforce гарантує, що користувачі, які знаходяться вище в ієрархії, завжди мають доступ до записів, що належать користувачам, які знаходяться нижче в ієрархії. Для цієї компанії ієрархія була налаштована наступним чином:

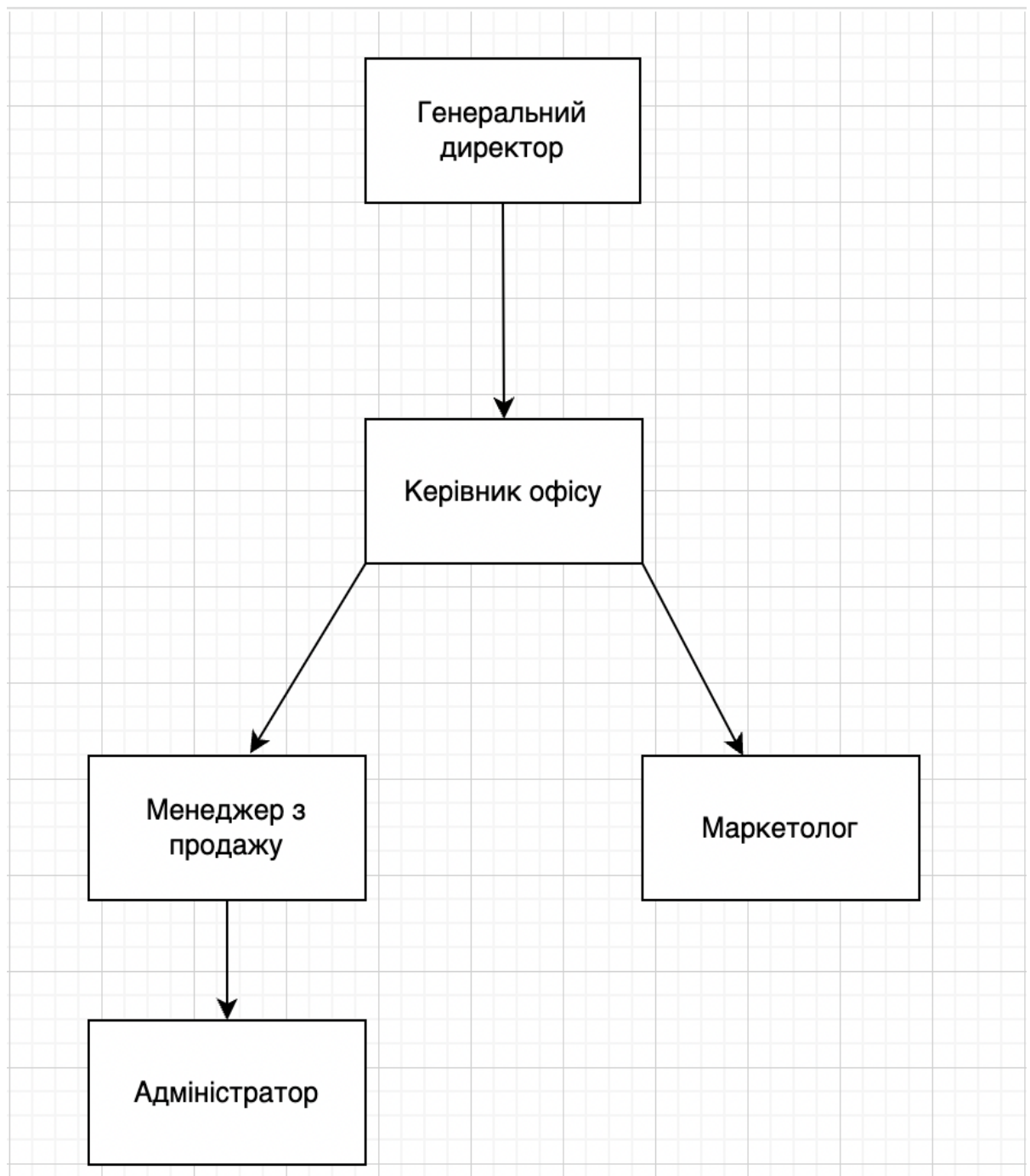


Рис 4.3 – Ієрархія ролей користувачів

На вершині ієрархії генеральний директор має доступ до всіх записів, а керівник офісу має доступ до записів, що належать менеджерам з продажу, маркетологам та адміністратору. Кожен менеджер з продажу має доступ лише до тих записів, які зберігаються у Адміністратора під ним [15].

Визначення дозволів: Salesforce використовує профілі та набори дозволів для надання користувачам прав доступу. Профіль визначає права користувача на

виконання різних функцій у Salesforce. Набір дозволів розширює функціональний доступ користувача без зміни його профілю. Спочатку ми визначаємо профілі для кожної ролі (або використовуємо стандартні профілі, якщо вони відповідають потребам компанії), а потім призначаємо їх користувачам. Наприклад, ми могли б надати адміністратору профіль "Системний адміністратор", включаючи доступ до адміністративних налаштувань. Менеджери з продажу можуть мати "Профіль продажів", який включає дозволи, пов'язані з обліковими записами продажів.

Після створення ролі, необхідно перейти в налаштування ролей та додати користувачів, які будуть мати дану роль.

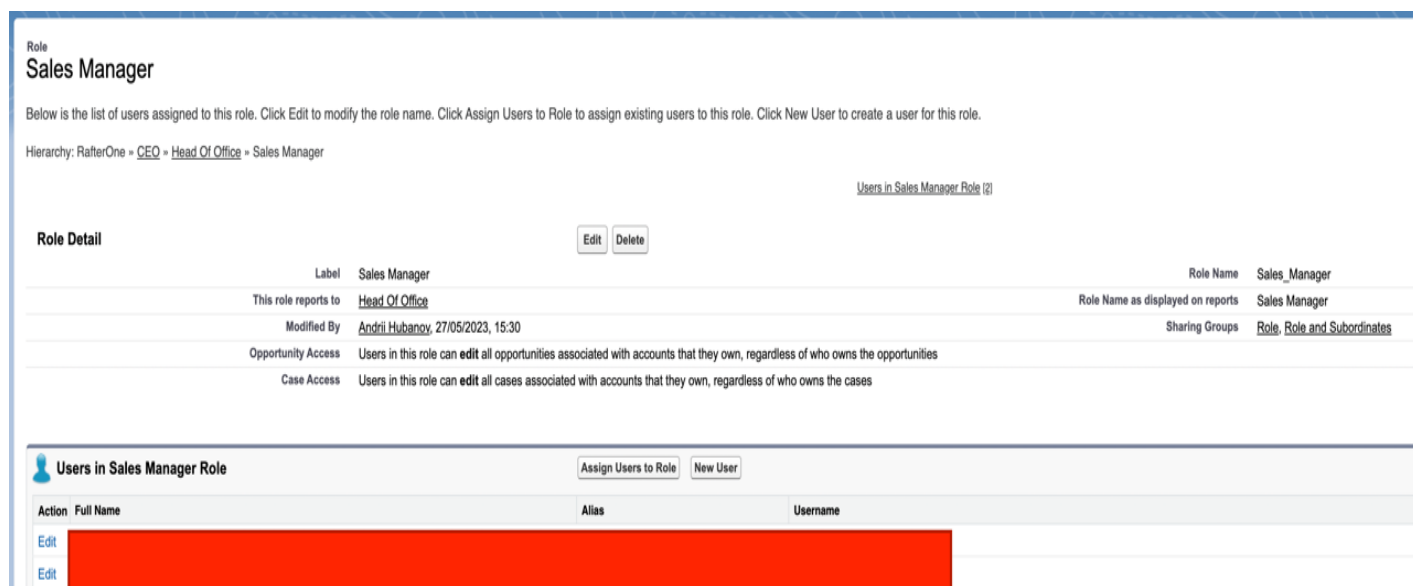


Рис 4.4 - Вигляд вікна для призначення ролей користувачам

Таке налаштування гарантує, що кожен користувач має доступ до даних та інструментів, необхідних для виконання своїх обов'язків, одночасно захищаючи дані від несанкціонованого доступу. Він використовує потужні механізми контролю доступу Salesforce для задоволення конкретних потреб компанії.

4.2 Впровадження функцій Sales Cloud

Web-to-Lead в Salesforce - це функція, яка дозволяє нам збирати інформацію про клієнтів з веб-сайту і безпосередньо створювати нових лідів у нашій CRM

Salesforce. Вона використовує форму на веб-сайті, яка, коли відвідувач заповнює її, створює новий запис про потенційного клієнта в Salesforce.

Ось як ми можемо це реалізувати:

Увімкнути Web-to-Lead: По-перше, переконаємось, що Web-to-Lead увімкнено в Salesforce. Перейдемо до розділу "Налаштування" і в полі "Швидкий пошук" введемо "Web-to-Lead". Натиснемо "Web-to-Lead" у розділі "Ліди". Установіть прапорець "Увімкнути Web-to-Lead" і натиснемо "Зберегти".

Створення веб-форми для лідів: На сторінці налаштувань "Web-to-Lead" натиснемо "Створити веб-форму для лідів". Тепер ми можемо вибрати поля, які ми хочемо включити у форму. Рекомендується включити такі ключові поля, як ім'я, прізвище, електронна пошта та будь-яку іншу інформацію, важливу для процесу продажу. Після того, як ми вибрали всі необхідні поля, натиснемо "Створити", щоб згенерувати HTML-код для нашої форми.

Web-to-Lead Setup

Easily set up a page on your website to capture new leads.

Рис 4.5 - Вигляд вікна створення веб-форми для лідів

Налаштувати URL-адресу повернення: URL-адреса повернення - це веб-сторінка, на яку відвідувач буде перенаправлений після заповнення форми. Це може бути сторінка "Подякувати нам". Ми вводимо цю URL-адресу при створенні форми.

Включити reCAPTCHA (необов'язково): Ми можемо включити reCAPTCHA в нашу форму, щоб запобігти спаму.

Вбудовуємо форму на наш веб-сайт: Після того, як ми згенерували HTML-код для нашої форми, цей код потрібно додати на наш веб-сайт. Залежно від налаштувань нашого веб-сайту, ми можемо зробити це самостійно, або ж нам може знадобитися надіслати код адміністратору чи розробнику нашого веб-сайту, щоб він його додав.

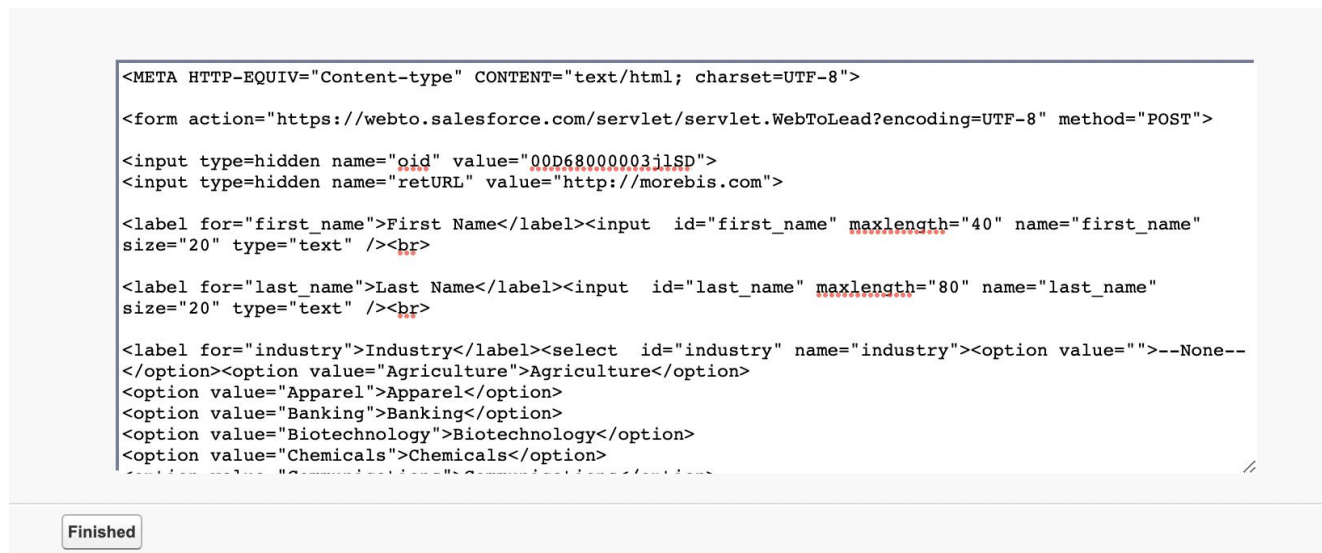


Рис 4.6 - Вигляд вікна для вбудовування форми лідів на веб сайт

Протестуємо нашу форму для переходу на сайт: Після відкриття в браузері HTML файлу який згенерував Salesforce відкривається нестилізована форма. В яку ми вводимо тестові дані.

The image shows a web form with the following fields and values:

- First Name: Andrii
- Last Name: Hubanov Test
- Industry: Engineering (dropdown menu)
- Email: andrey.gubanov98@grn
- Company: Self-employed
- City: Poltava
- Submit button

Рис 4.7 - Вигляд лід-форми для збору даних

Ми можемо побачити новий запис про лід у Salesforce з нашими тестовими даними.

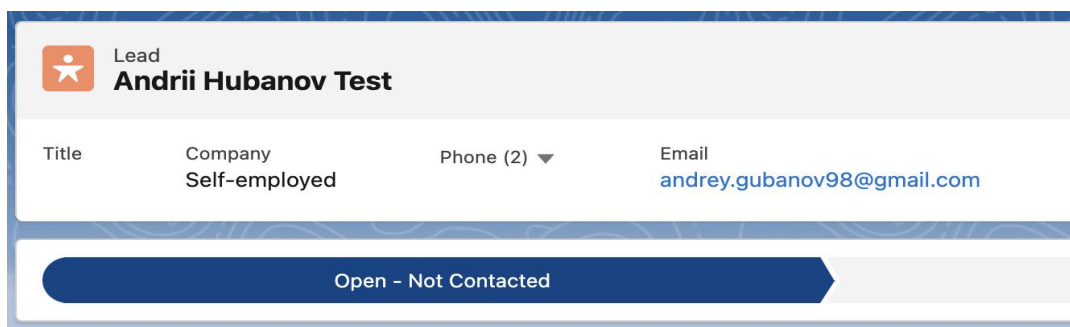


Рис 4.8 - Вигляд вікна з зібраними даними

Виконуючи ці кроки, ми можемо збирати цінну інформацію про лідів безпосередньо з нашого веб-сайту в Salesforce, оптимізуючи процес лідогенерації та подальшої роботи з ними [16].

Продовжуємо впровадження функцій Salesforce, тепер налаштуємо правила призначення лідів: Автоматизуємо процес призначення лідів, встановивши правила для розподілу лідів серед вашої команди продажів на основі таких критеріїв, як географічне розташування, та джерело ліда.

Правила призначення лідів у Salesforce - це чудовий спосіб забезпечити автоматичне призначення лідів потрібному співробітнику відділу продажів на основі заздалегідь визначених критеріїв. Вони допомагають оптимізувати процес продажів, забезпечуючи швидке та правильне відстеження лідів. Ось як їх налаштувати:

Доступ до правил призначення лідів: На головній сторінці Salesforce натиснемо на панель запуску додатків у верхньому лівому кутку і введемо "Правила призначення лідів" у поле пошуку. Натискаємо на опцію "Правила призначення лідів". Створюємо нове правило (рис. 4.9).

New Lead Assignment Rule

After you create your rule, select it from the assignment rules list and add rule entries.

Save Cancel

Rule Name Basic Lead Flow

☒ Active ⓘ

Save Cancel

Рис 4.9 - Вигляд вікна створення імені нового правила

Визначимо елементи правила: Після створення правила ми повинні визначити елементи правила. Кожен елемент правила складається з критеріїв і призначеного користувача або черги. Натиснемо "Створити" у розділі Елементи правила.

Порядок правил: "Порядок сортування" визначає порядок, в якому оцінюються правила. Спочатку оцінюється правило з порядком сортування 1, потім правило з порядком сортування 2 і так далі. Оцінка зупиниться на першому правилі, якому відповідає лідер.

Встановлення критеріїв: Критерії для кожного елемента правила визначають, до яких посилань застосовується це правило. В нашій компанії працюють два спеціаліста з продажу, один з яких займається лідами та угодами пов'язаними тільки з .NET технологією та full-stack розробкою. Інший спеціаліст працює з усіма іншими лідами. Знаючи це, ми налаштували правило наступним чином:

Якщо «Сфера інтересів» ліда дорівнює .NET або Full-stack, вони будуть назначені першому спеціалісту.



SETUP

Lead Assignment Rules

Rule Entry Edit

Basic Lead Flow

Enter the rule entry

Save

Save & New

Cancel

Step 1: Set the order in which this rule entry will be processed

Sort Order

1

Step 2: Select the criteria for this rule entry

Run this rule if the :

Field	Operator	Value	
Lead: Area of interest	equals	.NET, Full-stack	AND
--None--	--None--		AND
--None--	--None--		AND
--None--	--None--		AND
--None--	--None--		AND

[Add Filter Logic...](#)

Step 3: Select the user or queue to assign the Lead to

User

Andrii Hubanov

☐ Do Not Reassign Owner

Save

Save & New

Cancel

Рис 4.10 - Вигляд вікна з правилами лідів

Активуємо правило призначення: Після налаштування всіх елементів правила, активуємо правило призначення. Одночасно може бути активним лише одне правило призначення.

Правильно налаштувавши правила призначення лідів і керуючи ними, ми автоматизували процес призначення, гарантуючи, що ліди завжди будуть перенаправленні на потрібного співробітника відділу продажів, що призведе до швидшого реагування і потенційно вищого коефіцієнта конверсії.

Наостанок налаштуємо звіти для компанії: Створимо кастомний звіт, якій відображатиме ключовий показник нашої воронки продажів, таку як кількість лідів на кожному етапі.

Створення звіту Salesforce, що показує кількість лідів на кожному етапі, може надати цінну інформацію про наш конвеєр продажів. Ось як це зробити:

На нашій домашній сторінці Salesforce натиснемо на "Засіб запуску додатків" у верхньому лівому кутку і введемо "Звіти" в рядку пошуку. У випадаючому меню виберемо "Звіти".

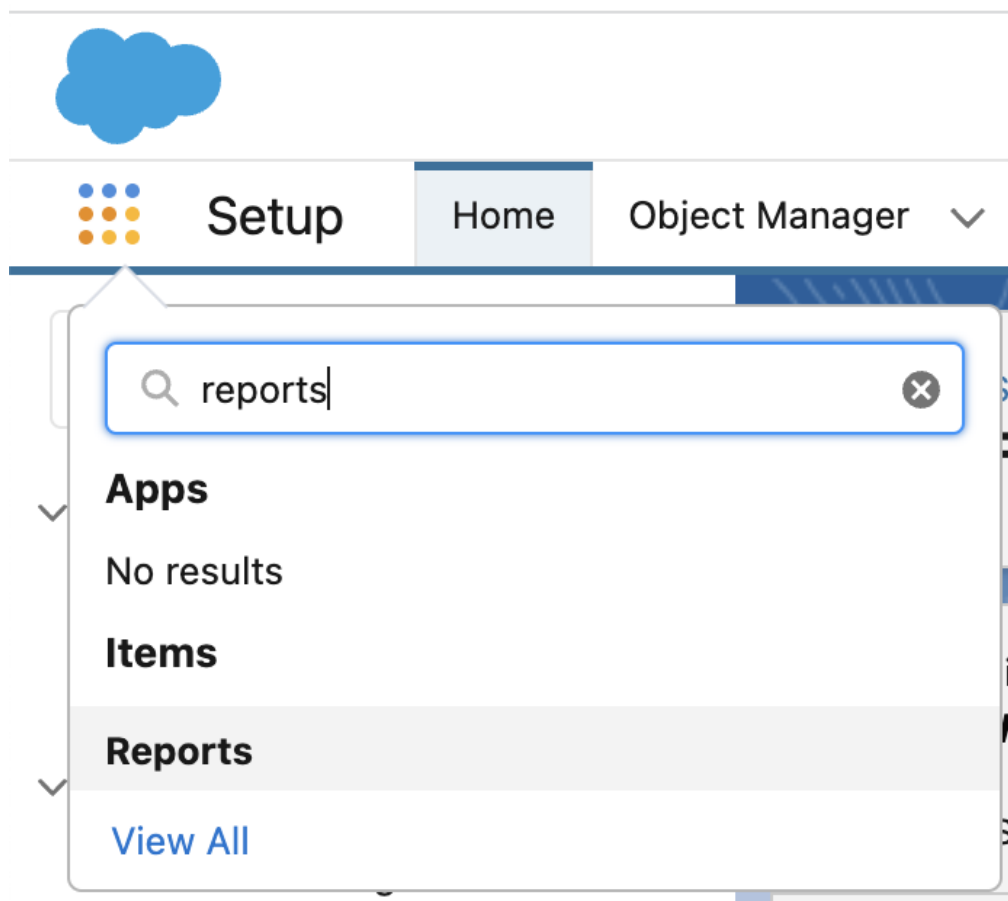


Рис 4.11- Вигляд пошуку на домашній сторінці

Створимо новий звіт: Натиснемо на "Новий звіт". Нам буде запропоновано вибрати тип звіту. Ми виберемо "Ліди" для цього звіту, а потім натиснемо "Продовжити".

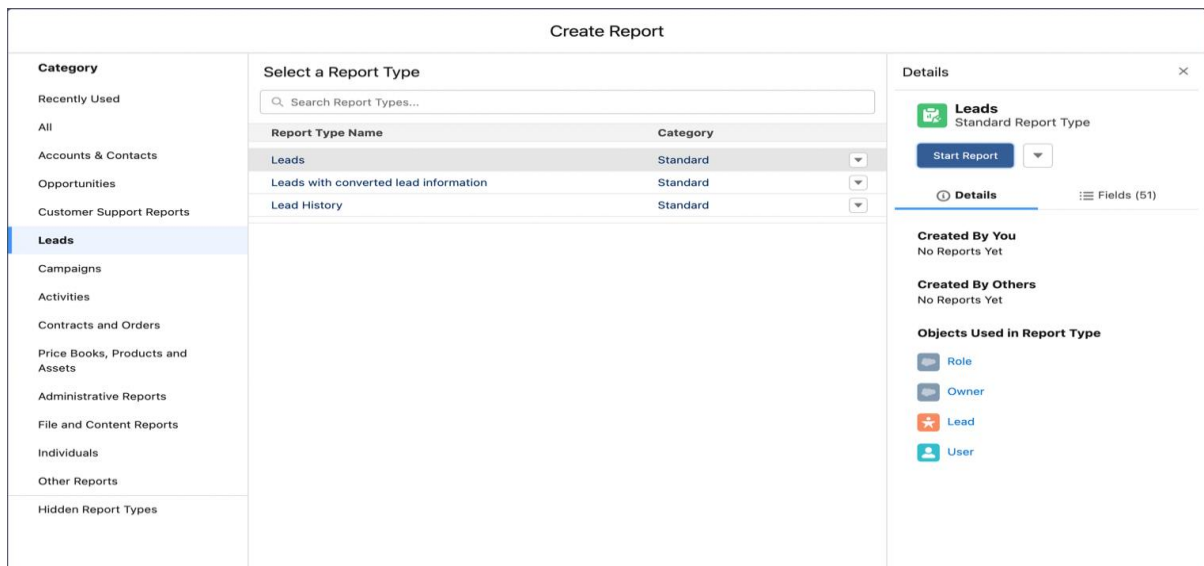


Рис 4.12- Вигляд вікна для створення нового звіту

Додати групування: Щоб згрупувати звіт за "Статусом ліда" (який відповідає стадії ліда), знайдемо "Групувати рядки" або "Групувати за" (залежно від вашої версії Salesforce), а потім виберіть "Статус ліда". Це впорядкує наші ліди відповідно до їхньої поточної стадії.

Підсумувати інформацію: Щоб побачити кількість лідів на кожному етапі, вам потрібно підсумувати звіт. Натиснемо "Додати підсумок" або "Підсумувати", потім виберіть "Ідентифікатор ліда" і натиснемо "Підрахувати".

Запустимо звіт: Натиснемо "Запустити" після того, як звіт буде налаштований. Ми побачимо кількість лідів на кожному етапі, так як компанія тільки налаштовує Salesforce, всі ліди в системі позначені як «Відкриті- не зв'язались»

Збережемо звіт: Ми задоволені звітом і вважаємо, що можемо використовувати його знову, натиснемо "Зберегти". Назва звіту «Воронка продажів-ліди»

Виконавши ці кроки, ми можемо створити звіт, який дасть вам чітке уявлення про те, скільки лідів знаходиться на кожному етапі, що допоможе нам краще зрозуміти наш конвеєр продажів.

4.3 Налаштування обміну та інтеграція даними між Salesforce Account Engagement та Sales Cloud

Salesforce Account Engagement Connector діє як міст, синхронізуючи дані між нашою системою управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) Salesforce і системою автоматизації маркетингу Account Engagement. Це гарантує, що наші команди з продажу та маркетингу завжди будуть на одній хвилі, безперешкодно обмінюючись ідеями та даними.

Перш ніж заглиблюватися в процес підключення, важливо переконатися, що користувач, який виконує підключення, має необхідні дозволи для синхронізації даних.

Для цього зроблено наступні дії:

Крок 1: Перегляд профілю користувача в Salesforce

Починаємо з входу в обліковий запис Salesforce і переходимо до профілю користувача. Тут потрібно переконатися, що є користувач з профілем "Системний адміністратор" або інший користувацький профіль з аналогічними правами. Статус системного адміністратора надає доступ до управління та налаштування параметрів, які необхідні для Salesforce Account Engagement Connector.

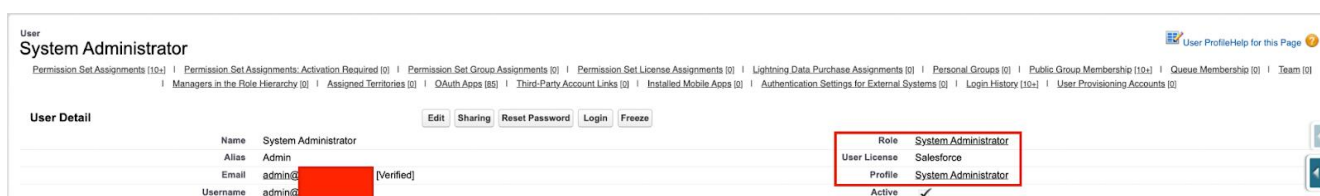


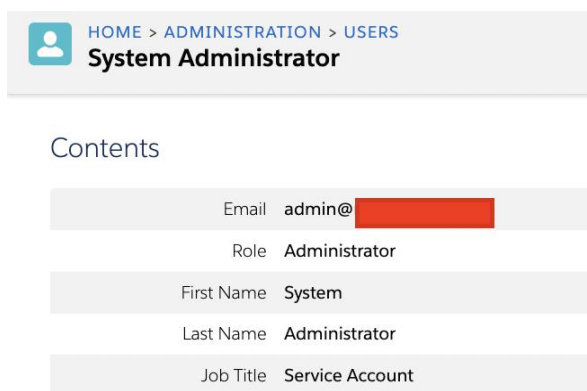
Рис 4.13 - Вигляд вікна профілю системного адміністратора

Крок 2: Дозвіл для користувача API

Далі перевіряємо, чи даний профіль у Salesforce має дозвіл "API увімкнено" (API Enabled). Це дозвіл необхідне для синхронізації даних між Salesforce та Account Engagement. Щоб перевірити це заходимо в "Налаштування", знаходимо "Профілі", обираємо свій профіль і в розділі "Адміністративні дозволи" переконуємося, що галочка навпроти "API увімкнено" встановлена.

Крок 3: Дозволи адміністратора в Account Engagement

Переходячи до Account Engagement, переконайтеся, що в обліковому записі користувача Account Engagement встановлені права адміністратора. Як адміністратор Account Engagement, маємо необхідні права для налаштування та управління конектором. У Account Engagement переходимо в розділ "Адміністрування", потім — "Керування користувачами" та перевіряємо, чи встановлена роль "Адміністратор".



Email	admin@[redacted]
Role	Administrator
First Name	System
Last Name	Administrator
Job Title	Service Account

Рис 4.14 - Вигляд вікна керування користувачами

Крок 4: Дозволи для полів

Щоб забезпечити безперебійну синхронізацію даних, необхідно підтвердити, що маємо права на читання та запис для полів у Salesforce, які будуть синхронізовані з Account Engagement. У Salesforce переходимо до "Налаштувань", шукаємо "Доступність полів" та підтверджуємо, що поля, призначені для синхронізації, доступні для редагування даним профілем користувача.



Field Label	AB Test	Data Type	Formula (Text)	Visible	Read-Only
Accounting				☒	☒
Administrative				☒	☒

Рис 4.15 - Вигляд вікна налаштувань

Лише після того, як переконалися, що маємо всі необхідні дозволи для синхронізації даних, можемо розпочинати налаштування Salesforce Account Engagement Connector. Для цього потрібно знайти пакет з'єднувача на Salesforce AppExchange, який є ринком для додатків і розширень Salesforce. Досягнувши цього, вводимо "Account Engagement" у пошуковий рядок і натискаємо Enter.

Серед результатів пошуку шукаємо коннектор Salesforce-Account Engagement. Знайшовши коннектор Salesforce-Account Engagement на AppExchange, натискаємо на нього, щоб ознайомитися з деталями. Тут знаходимо велику кількість інформації, такої як відгуки, ціни і, що найважливіше, кнопку "Отримати зараз". Бажаючи продовжити, натискаємо на цю кнопку.

Після натискання "Отримати зараз", система пропонує увійти до облікового запису Salesforce. Після введення облікових даних, потрапляємо на сторінку з інформацією про процес встановлення. Витрачаємо хвилину, щоб уважно переглянути всю інформацію і, будучи впевненими у цьому рішенні, натискаємо "Підтвердити та встановити".

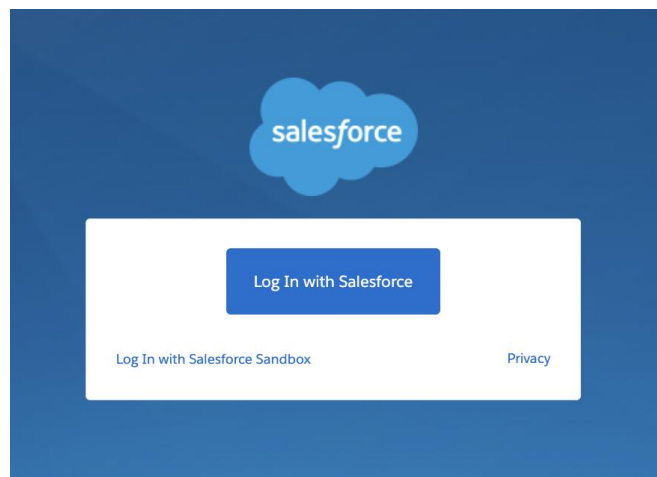


Рис 4.16 - Вигляд вікна запиту на встановлення

На наступному кроці потрібно вибрати середовище для встановлення конектора. Оскільки виконуємо підготовку до встановлення для своєї організації, обираємо опцію "Встановити у виробниче середовище" і натискаємо "Продовжити". Потрапляємо на сторінку, де запитується дозвіл на доступ до сторонніх веб-сайтів. Усвідомлюючи важливість цього кроку для коректної

роботи конектора, відзначимо "Так, надати доступ до цих сторонніх веб-сайтів" та переходимо до наступного етапу.

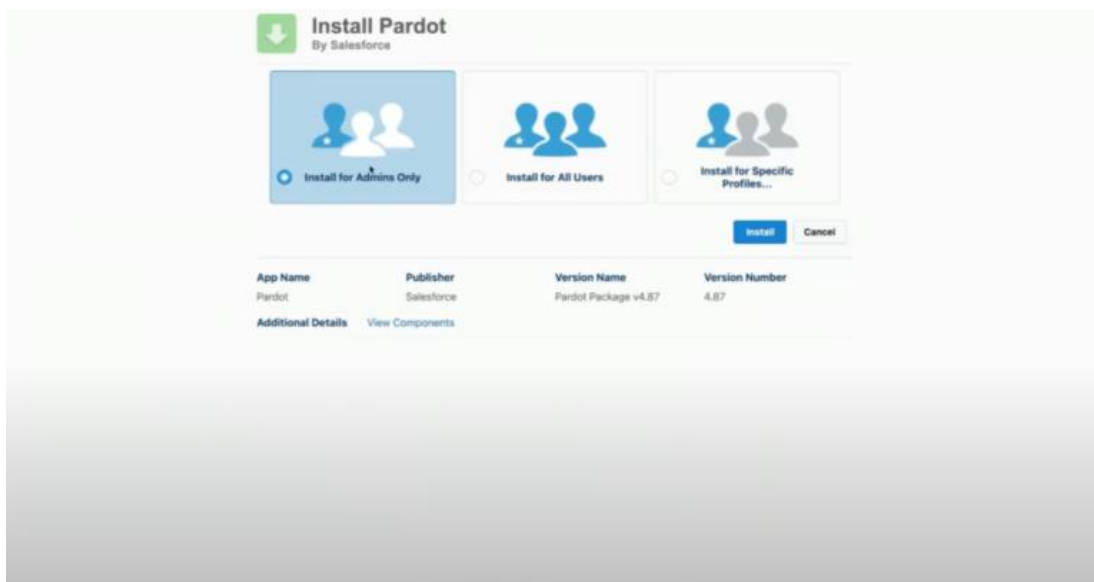


Рис 4.17 - Вигляд вікна запиту на доступ

На сторінці деталей встановлення пакета пропонується вибрати користувачів, для яких буде встановлено пакет. Потрібно переконатися, що конектор доступний для всіх користувачів нашої організації, тому обираємо "Встановити для всіх користувачів" та після цього натискаємо "Встановити".

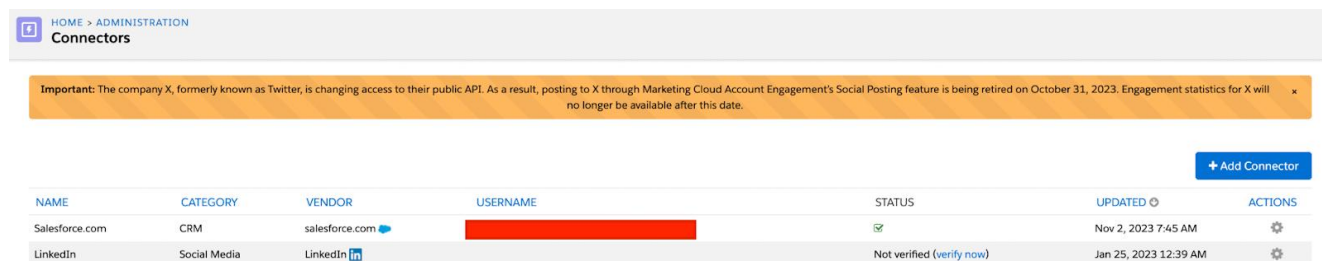
Далі Salesforce показує сторінку перевірки. Протягом хвилини оглядаємо сторінку, щоб переконатися, що все виглядає коректно і всі необхідні дозволи встановлено правильно. Після цього натискаємо "Встановити" для початку процесу інсталяції. Інсталяція триває кілька хвилин. Після завершення встановлення надійде повідомлення з підтвердженням успішного завершення інсталяції. Потім переходимо в свій екземпляр Salesforce, щоб перевірити наявність Account Engagement Connector у списку встановлених пакетів.

Uninstall	 Pardot	Salesforce	4.92	pi	Free	N/A	N/A	N/A	N/A	
-----------	--	------------	------	----	------	-----	-----	-----	-----	---

Рис 4.18 - Вигляд вікна переліку встановлених пакетів

Перейшовши у Account Engagement і увійшовши до свого облікового запису, у вкладці "Адміністрація" знаходимо та натискаємо на "Коннектори". Тут

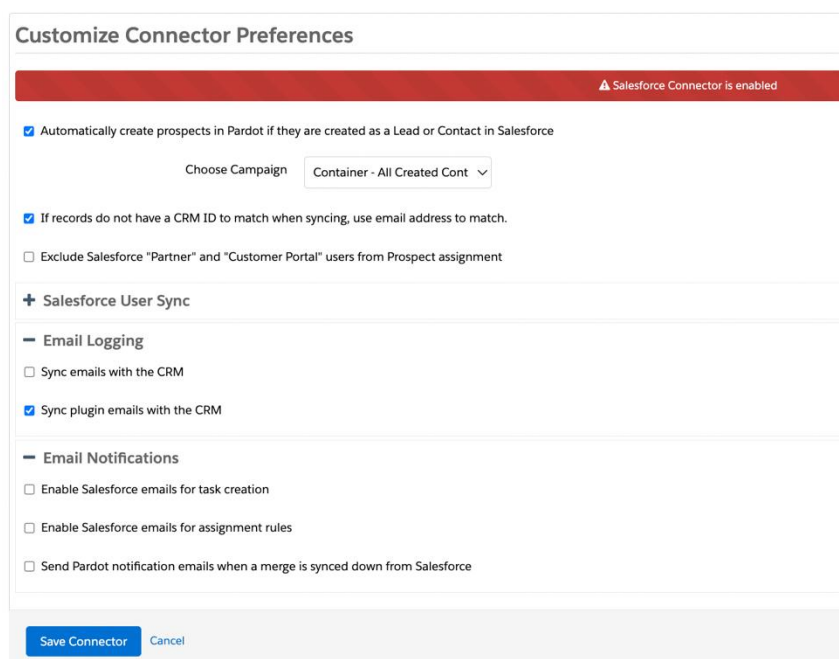
бачимо Salesforce коннектор, який щойно було встановлено. Натискаємо на іконку "Редагувати", аби приступити до налаштування параметрів коннектора.



Important: The company X, formerly known as Twitter, is changing access to their public API. As a result, posting to X through Marketing Cloud Account Engagement's Social Posting feature is being retired on October 31, 2023. Engagement statistics for X will no longer be available after this date.						
+ Add Connector						
NAME	CATEGORY	VENDOR	USERNAME	STATUS	UPDATED	ACTIONS
Salesforce.com	CRM	salesforce.com			Nov 2, 2023 7:45 AM	
LinkedIn	Social Media	LinkedIn		Not verified (verify now)	Jan 25, 2023 12:39 AM	

Рис 4.19 - Вигляд вікна коннекторів

У налаштуваннях коннектора знаходимо опції для конфігурації синхронізації даних між Account Engagement і Salesforce. Оскільки очікуємо отримати повне уявлення про своїх потенційних клієнтів, синхронізуємо всі необхідні елементи.



Customize Connector Preferences

☒ Automatically create prospects in Pardot if they are created as a Lead or Contact in Salesforce

Choose Campaign Container - All Created Cont

☒ If records do not have a CRM ID to match when syncing, use email address to match.

☐ Exclude Salesforce "Partner" and "Customer Portal" users from Prospect assignment

+ Salesforce User Sync

- Email Logging

☐ Sync emails with the CRM

☒ Sync plugin emails with the CRM

- Email Notifications

☐ Enable Salesforce emails for task creation

☐ Enable Salesforce emails for assignment rules

☐ Send Pardot notification emails when a merge is synced down from Salesforce

[Save Connector](#) [Cancel](#)

Рис 4.20 - Вигляд вікна для налаштувань синхронізації

Після натискання кнопки "Зберегти" налаштування коннектора завершено.

4.4 Налаштування автоматизованих продажів в Salesforce Account Engagement

Після завершення конфігурації коннектора настав час налаштувати процеси автоматизації продажів у Salesforce Account Engagement.

Компанія, для якої було налаштовано Account Engagement, володіє власним веб-сайтом, створеним на платформі WordPress. Крім того, вона використовує сторонній додаток на WordPress, який називається WpForm (рис. 4.21).

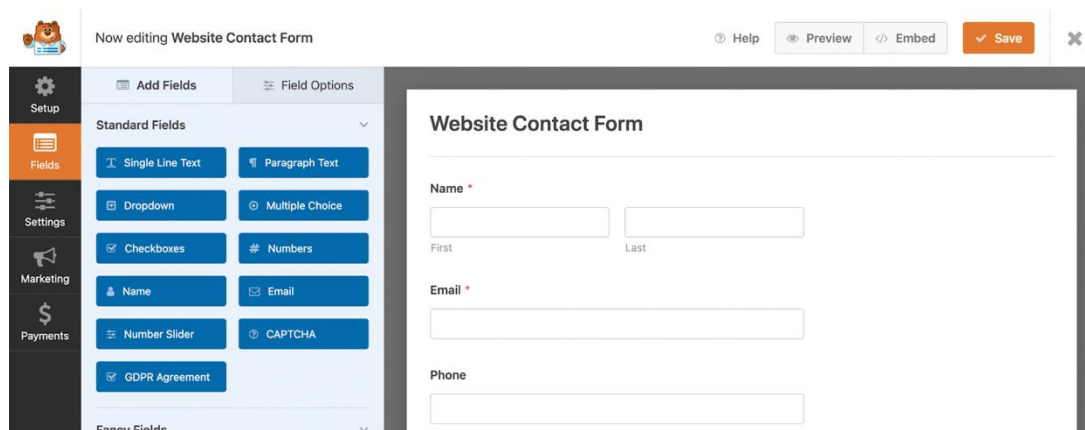


Рис 4.21- Вигляд вікна форми контактів

Задача полягала в налаштуванні процесу, при якому дані, введені людиною у форму на веб-сайті, автоматично передаються в Account Engagement. Там оновлюється інформація про клієнта і створюються умови для відстеження його активності.

Для цього в Account Engagement існує функція під назвою “Обробник Форми”. Вона дозволяє налаштувати поля, які будуть оновлюватись в Account Engagement та Salesforce, та додати необхідні дії після заповнення форми.

Щоб налаштувати форму, слід перейти в розділ “Маркетинг” -> “Форми” -> “Обробник Форми”. Потім натиснути кнопку створити нову і заповнити назву форми.

Create Form Handler

Name *

Folder *  /Uncategorized/Form Handlers Choose

Tags
Note: Tags are applied to the form handler only

Campaign *  Choose a Campaign Choose

Tracker Domain [REDACTED]
We use this tracker domain to create the link to this asset

☐ Kiosk/Data Entry Mode: Do not cookie browser as submitted prospect

☐ Enable data forwarding to the success location

☐ Disable Visitor Activity throttling and send auto-responder emails after **every** submission. [Why disable throttling?](#)

Success Location * Referring URL ▼

Error Location * Referring URL ▼

+ Completion Actions

Action Select... ▼

+ Add Action + Add Conditional Group

+ Form Fields

  "email" maps to Default Field: Email (r)

+ Add New Field

Рис 4.22 - Вигляд вікна створення форми контактів


HOME > MARKETING > FORMS > FORM HANDLERS

Contact Us

Summary

Name	Contact Us
Folder	 /Uncategorized/Form Handlers
Campaign	Website Tracking
Tracker Domain	Current Primary [REDACTED]
Endpoint URL	[REDACTED] /1/1026443/2023-10-24/31hcjpx http https
Success Location	Referring Url
Error Location	Referring Url
Tags	

Рис 4.23 - Вигляд вікна створеної форми контактів

Наступним кроком буде зв'язування полів з форми на веб-сайті з відповідними полями у Salesforce. Спочатку потрібно перевірити форму на веб-сайті і впевнитись, що у Salesforce є потрібні поля.

Після перевірки існування всіх необхідних полів у Salesforce потрібно звернутися до розробника веб-сайту з проханням надати лог відладки, який генерується, коли людина заповнює форму, щоб розуміти, які дані введені у поля форми.

Form Field Mappings

External Field Name	Field
volume	Custom Field: Production Volume (r)
role_function	Custom Field: Role Function (r)
job_title	Default Field: Job Title (r)
comments	Default Field: Comments (r)
email	Default Field: Email (r)
f_name	Default Field: First Name (r)
l_name	Default Field: Last Name (r)
phone	Default Field: Phone (r)
industry	Default Field: Industry (r)
product_interest	Custom Field: Product Interest (r)
company	Default Field: Company (r)
current_products	Custom Field: Current Products (r)

Рис 4.24 - Вигляд вікна розшифровки полів форми контактів

Отримані значення було внесено до обробника форми, після чого додано наступні дії по завершенню:

1. Призначити контакт через активне правило призначення у відділі продажів.
2. Змінити поле “Lead/Prospect/Investor” на “Lead”.

Completion Actions

Assign prospect via
Salesforce active
assignment rule

Change prospect custom field value **Lead/Prospect/Investor to Lead**

Рис 4.25 - Вигляд вікна зміни поля

Оглянемо дії по завершенню:

1. Коли людина заповнює форму, очікуємо, щоб після завершення вона мала призначеного користувача, який буде займатися даним контактом. Компанія вже створила правило призначення, яке будемо використовувати.

Lead Assignment Rule

General assignment

Add rule entries that specify the criteria used to route leads. You can reorder rule entries on this page after you create them.

Rule Detail Edit

Rule Name	General assignment
Created By	

Edit

Rule Entries New Reorder

Action	Order	Criteria
Edit Del	1	(Lead: Conversion EQUALS Registration Form,Contact Us Form,Direct Invest Form,On-Facebook Lead,On-LinkedIn Lead,Webinar Sig

Рис 4.26 - Вигляд вікна призначених правил

2. У клієнта є два типи форм. Першу заповнюють люди, які цікавляться компанією та хочуть дізнатися про неї більше. Другу – компанії-партнери, які хочуть інвестувати у компанію (у співробітників, проекти тощо).

Після створення двох форм-хендлерів було надано URL-адреси кінцевих точок розробнику веб-сайту. Він, використовуючи розширення “Веб-гак” (Webhook), додав URL-адреси кінцевих точок до своїх форм. Тепер кожен раз,

коли людина заповнює інформацію на веб-сайті клієнта, протягом однієї хвилини ці дані надходять до системи автоматизації маркетингу.

Prospects

View: All Prospects Date Range (Based on 12am EST): All Time Filter: Tags Tools

☐	★	NAME	COMPANY	SCORE	GRADE	LAST SUBMITTED	LAST ACTIVITY	ACTIONS
☐	☆	[REDACTED]	[REDACTED]	50		Nov 7, 2023 8:34 AM	Nov 7, 2023 8:34 AM	⚙️
☐	☆	Marcus [REDACTED]	[REDACTED]	50		Nov 5, 2023 8:59 PM	Nov 5, 2023 8:59 PM	⚙️
☐	☆	Lance [REDACTED]	[REDACTED]	52		Nov 4, 2023 5:20 AM	Nov 4, 2023 5:20 AM	⚙️
☐	☆	Thomas [REDACTED]	[REDACTED]	54		Nov 3, 2023 6:27 PM	Nov 3, 2023 6:27 PM	⚙️
☐	☆	Matk [REDACTED]	[REDACTED]	50		Nov 3, 2023 3:18 PM	Nov 3, 2023 3:18 PM	⚙️

Рис 4.27 - Вигляд вікна отриманих даних

Перший крок, налаштування потоку даних до Account Engagement, виконано. Далі виконуємо налаштування автоматизованих програм для відправки комерційних емейл-повідомлень клієнтам. Для цього було створено шаблон емейла для початку.

HTML (HyperText Markup Language) - це стандартна мова для створення веб-сторінок і веб-додатків. В емейлах HTML використовується для структурування вмісту за допомогою таких елементів, як заголовки, абзаци, списки та таблиці, а також для вбудовування зображень і посилань.

Що можна і чого не можна робити в HTML-емейлах:

1. Використовуйте вбудований CSS: поштові клієнти мають тенденцію видаляти теги `<head>` та `<style>`, тому використання вбудованих стилів CSS є безпечнішим.
2. Не використовуйте JavaScript: поштові клієнти не підтримують JavaScript з міркувань безпеки.
3. Робіть простий дизайн: складні макети можуть не відображатися в різних поштовиках.
4. Не покладайтесь на фонові зображення: багато поштовиків не підтримують фонові зображення або роблять це непослідовно.
5. Тестуйте свій емейл: використовуйте інструменти для тестування, щоб перевірити, як ваш HTML-емейл відображається в різних поштовиках.

Ось базова структура HTML-листа:

```
<!DOCTYPE html>
```

```

<html>
<head>
<title>Your Email Title</title>
</head>
<body>
<table width="100%" cellpadding="0" cellspacing="0" border="0">
<tr>
<td align="center">
<table width="600" cellpadding="0" cellspacing="0" border="0">
<!-- Email Header -->
<tr>
<td align="center">
<h1>Your Email Heading</h1>
</td>
</tr>
<!-- Email Body -->
<tr>
<td>
<p>Your email content goes here. You can add images, lists, and more.</p>
</td>
</tr>
<!-- Email Footer -->
<tr>
<td>
<p>To unsubscribe, click <a href="link-to-unsubscribe">here</a>.</p>
</td>
</tr>
</table>
</td>
</tr>

```

```
</table>
</body>
</html>
```

Додавання стилів за допомогою CSS: ми можемо стилізувати ваш HTML-лист, використовуючи вбудований CSS. Наприклад, змінити колір тексту та розмір шрифту абзацу:

```
<p style="color: blue; font-size: 16px;">Це стилізований абзац.</p>
```

Зображення та посилання: для того, щоб додати зображення та забезпечити їх коректне відображення у всіх поштових клієнтах, слід вказувати атрибути width і height:

```

```

Для посилань ми завжди використовуємо протоколи http:// або https://, а також атрибут target="_blank", щоб вони відкривалися в новій вкладці браузера:

```
<a href="http://www.example.com" target="_blank">Відвідайте наш сайт</a>
```

Адаптивний дизайн: для створення адаптивного дизайну ми застосовуємо медіа-запити, які гарантують, що ваш лист буде добре виглядати на всіх пристроях. Враховуючи, що не всі поштові клієнти підтримують медіа-запити, важливо використовувати гнучкий макет, який буде працювати ефективно навіть без їх підтримки.

```
<style>
@media only screen and (max-width: 600px) {
  .content {
    width: 100%;
  }
}
</style>
```

Останні поради:

1. Завжди використовуйте декларацію DOCTYPE на початку HTML-документа, щоб забезпечити його сумісність з поштовими клієнтами.

2. Використовуйте таблиці для верстки замість div-елементів, оскільки таблиці краще підтримуються поштовими клієнтами.

3. Додавайте альтернативний текст до зображень, щоб у разі, якщо зображення не завантажеться, ваші читачі могли зрозуміти, що там мало бути.

4. Використовуйте веб-безпечні шрифти, щоб вибрані вами шрифти коректно відображалися в усіх поштовиках.

5. Не використовуйте занадто великі зображення, які можуть збільшити час завантаження листа.

Нарешті, пам'ятайте, що поштові клієнти можуть дуже непослідовно відображати HTML і CSS. Тестування в різних поштових клієнтах (Gmail, Outlook, Yahoo Mail тощо) і на різних пристроях є вирішальним. Такі інструменти, як Litmus або Email on Acid, можуть бути вельми корисними для перевірки того, як ваш лист виглядатиме на різних платформах.

Дотримуючись цих рекомендацій, ми створимо HTML-шаблон, який буде використовуватися в усіх листах.

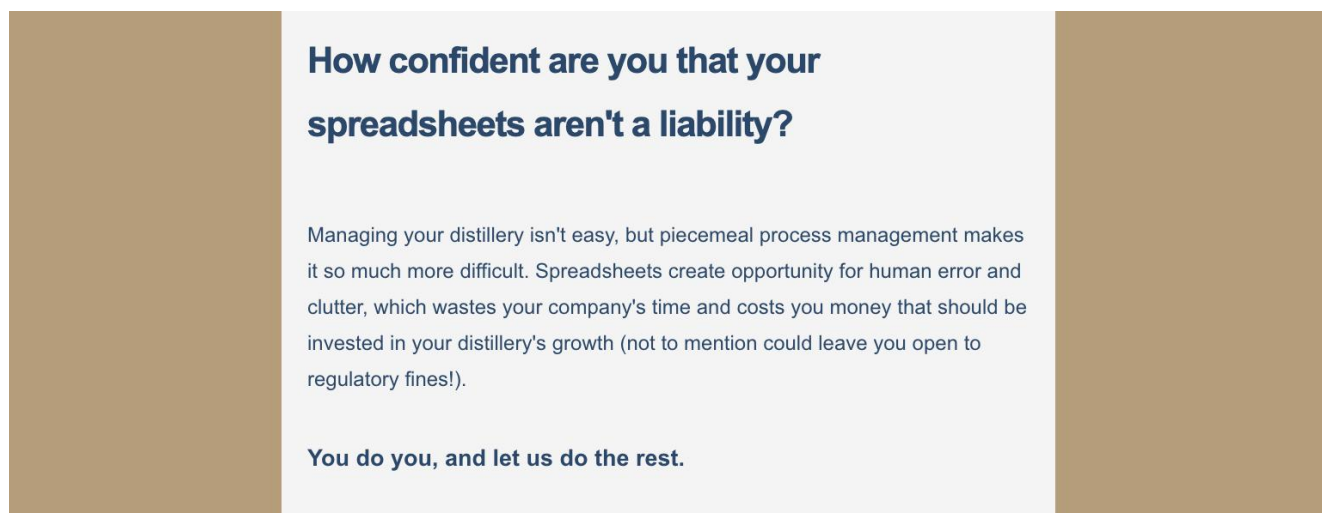
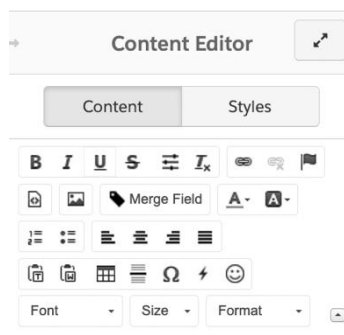


Рис 4.28 - Вигляд вікна HTML-шаблону

Було розроблено адаптивний шаблон, документ у додатку який дозволяє редагувати контент імейлу за допомогою WYSIWYG (візуальний редактор, що є аббревіатурою від англ. "What You See Is What You Get", "що бачиш, те й отримаєш") — властивість прикладних програм або веб-інтерфейсів, в яких вміст відображається в процесі редагування й виглядає максимально близько до

кінцевої продукції, що може бути друкованим документом, веб-сторінкою або презентацією.



**How confident are
you that your
spreadsheets aren't
a liability?**

Рис 4.29 - Вигляд вікна створення адаптивного HTML-шаблону

Також з'явилася можливість копіювати та міняти секції місцями, що спрощує роботу, адже не потрібно писати код кожен раз (рис. 4.30).

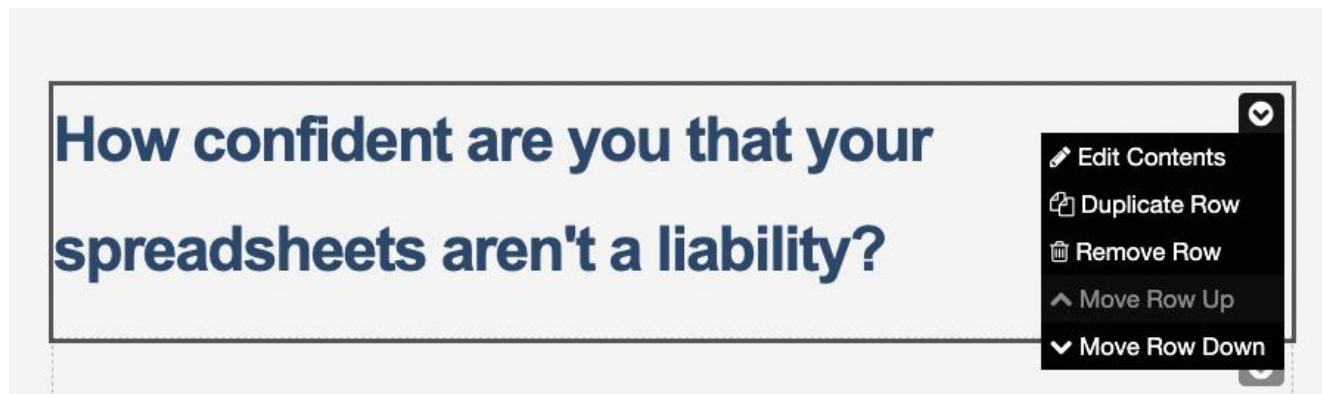


Рис 4.30 - Вигляд вікна інструментів редагування

Але це ще не все, оскільки плануємо використовувати динаміку в імейлах, що дозволить персоналізувати імейли. Для цього було використано HML.

Створення листів на основі HML у Account Engagement змінило підхід до персоналізації листів у маркетингових кампаніях. Як мова шаблонів, HML дає можливість динамічно вставляти вміст у листи на основі даних одержувача. Це означає, що є можливість запропонувати своїй аудиторії максимально

персоналізований досвід з кожним відправленим листом. Дозвольте поділитися процесом створення HML-листів в Account Engagement.

Створення HML в Account Engagement з HML надає можливість:

1. Вставляти запасні значення, якщо поле даних контакта порожнє.
2. Використовувати умовну логіку для адаптації контенту на основі конкретних даних контактів.
3. Персоналізувати свої емейли за допомогою деталей, унікальних для кожного контакта.

Процес створення HML-листів у Account Engagement:

Доступ до Конструктора шаблонів: заходимо в свій акаунт Account Engagement і переходимо до розділу "Електронна пошта", де можемо створити новий шаблон або змінити існуючий. Визначаю поля контактів, які хочемо використовувати для персоналізації, наприклад, ім'я або назву компанії, і додаємо HML-теги до вмісту листа. Наприклад, можна використати `{{Recipient.FirstName}}` для включення імені контакта в імейл.

Встановлення значень за замовчуванням: додаємо значення за замовчуванням для випадків, коли інформація про контакт може бути відсутня, використовуючи синтаксис на кшталт `{{Recipient.FirstName|default="there"}}`.

Можна використати умовну логіку, щоб показувати або приховувати контент. Наприклад:

```
{{#if Recipient.FirstName}}
```

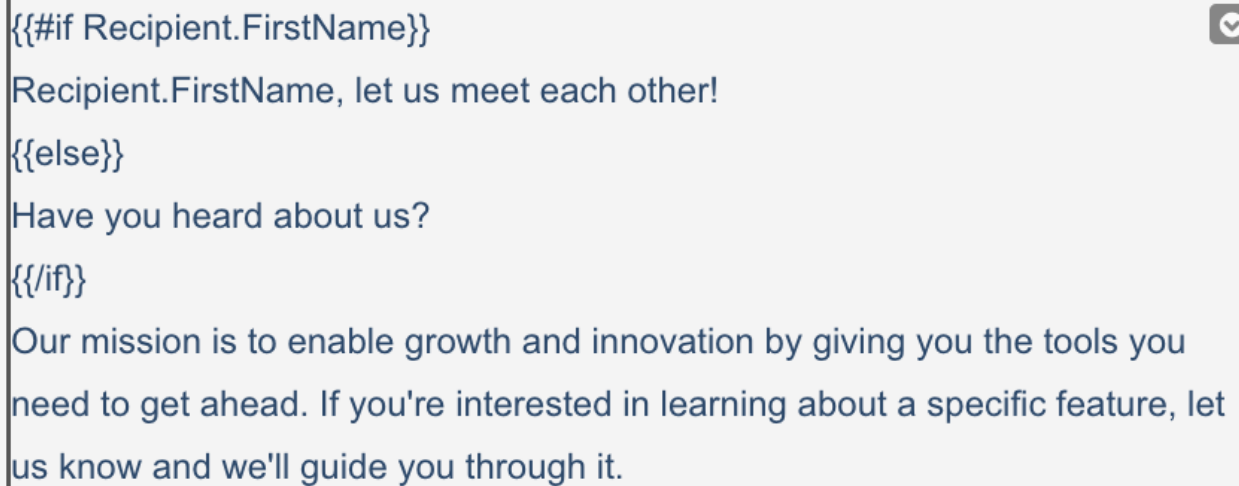
Контент, адаптований для технологічної індустрії,

```
{{else}}
```

Загальний контент для інших індустрій

```
{{/if}}
```

Для персоналізації емейлу клієнта було визначено наступні поля: ім'я, назва компанії, країна компанії, посилання на сторінку, де можна скасувати підписку. Ось приклад персоналізації з полем ім'я людини.



The image shows a code editor window for an email template. It contains conditional logic using curly braces and the words 'if', 'else', and 'endif'. The text inside the 'if' block is 'Recipient.FirstName, let us meet each other!'. The text inside the 'else' block is 'Have you heard about us?'. Below the conditional logic, there is a paragraph: 'Our mission is to enable growth and innovation by giving you the tools you need to get ahead. If you're interested in learning about a specific feature, let us know and we'll guide you through it.' A small icon with a downward arrow is in the top right corner of the editor window.

```
{{#if Recipient.FirstName}}
Recipient.FirstName, let us meet each other!
{{else}}
Have you heard about us?
{{/if}}
Our mission is to enable growth and innovation by giving you the tools you
need to get ahead. If you're interested in learning about a specific feature, let
us know and we'll guide you through it.
```

Рис 4.31 - Вигляд вікна полів для персоналізації емейла

Більше того, можемо більше покращити персоналізацію емейлу, тому використаємо динамічний контент.

Це потужний інструмент, який дозволяє адаптувати свої повідомлення на основі конкретних критеріїв, пов'язаних з потенційними клієнтами, таких як галузь, посада або будь-яке спеціальне поле, яке налаштовано у базі даних Account Engagement.

Динамічний контент у Account Engagement дозволяє створювати персоналізований досвід для аудиторії. Він змінюється автоматично на основі встановлених правил, що гарантує, що контент резонує з кожним отримувачем.

Налаштування динамічного контенту:

1. Визначення змінних: Перш за все, визначаємо змінні, які відрізняють потенційних клієнтів. Це може бути що завгодно — від їхньої ролі в компанії до їхньої минулої взаємодії з брендом.

2. Створення варіацій контенту: Для кожної змінної створюємо варіації контенту. Наприклад, якщо ціль - галузі, отримаємо різні повідомлення для секторів охорони здоров'я, технологій та роздрібної торгівлі.

3. Визначення правил: У Account Engagement визначаємо правила відображення кожної варіації контенту. Ці правила ґрунтуються на полях потенційних клієнтів, які відстежує Account Engagement.

Dynamic Content

Name *

Folder * /Uncategorized / Dynamic Contents Choose

Tags add a tag

Tracker Domain Current Primary (https://ww3.nexmo.com) We use this tracker domain to create the link to this asset

Default Content
The default content is shown when the viewer is not a prospect or when no variations match.

Variations
Variations are based on the value of field: Score
Variations are checked in the order they are configured below.
The first variation that matches will display.

Variation A Remove Variation
Show when "Score" is

+ Add Variation

Save Cancel

Рис 4.32 - Вигляд вікна визначення правил для контенту

Вбудовування в кампанії: вбудовуємо блоки динамічного контенту в свої листи. Account Engagement надає фрагмент коду, який можна вставити туди, де потрібно, щоб контент відображався.

Dynamic Content

⚠ Salesforce employee Shakil Qureshi has requested that Salesforce Support be allowed to access your prospect data to help with support issues. If you agree to grant

Embed the following code snippet on your page at the location you want the dynamic content block to display:

```
<script type="text/javascript" src="https://[redacted]/dcjs/803603/461/dc.js">
</script>
```

Рис 4.33 - Вигляд вікна формування блоків

Тепер, після того контент підготовано, настав час тестувати емейл.

Завдання - переконатися, що лист зі складним дизайном та переконливим контентом, дійсно виглядає і функціонує так, як було задумано, у поштових скриньках аудиторії. Ось короткий опис того, протестувати HTML-листи в Account Engagement для досягнення бездоганної доставки.

Починаємо з конструктора Account Engagement. Після створення листа переходимо до вкладки HTML, де можна безпосередньо вводити або редагувати HTML-код. Важливо розуміти, що попередній перегляд в Account Engagement не завжди точно відображає те, як лист буде виглядати в інших поштових сервісах.

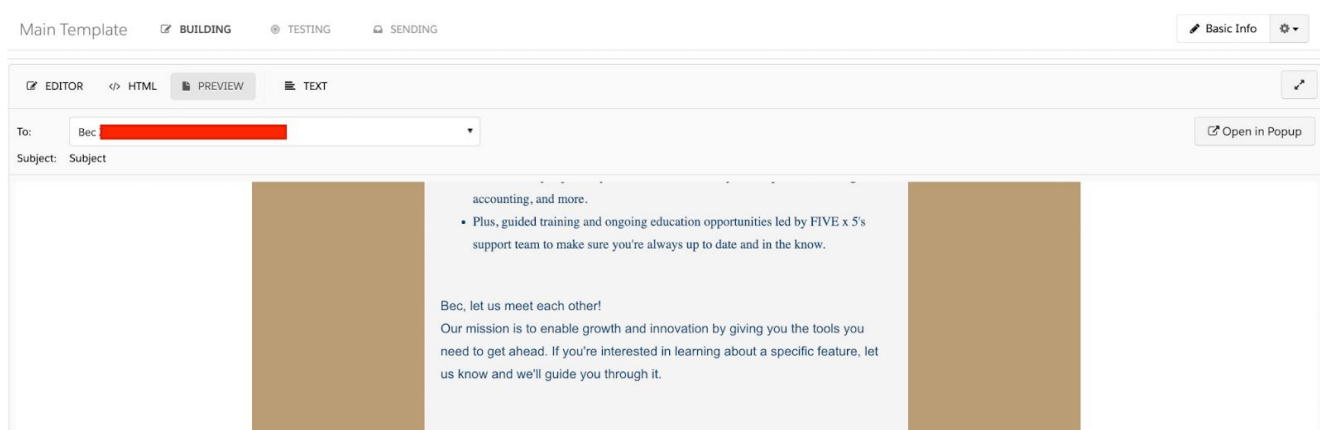


Рис 4.34 - Вигляд вікна попереднього перегляду

Під час кодування використовуємо вбудовані стилі CSS для забезпечення максимальної сумісності. Поштові клієнти, як-от Gmail та Outlook, можуть ігнорувати або видаляти стилі, які не є вбудованими, тому краще не покладатися на зовнішні стилі.

Account Engagement інтегрується з такими інструментами рендерингу, як Litmus або Email on Acid, які демонструють, як емейл виглядатиме на різних пристроях та у різних поштових клієнтах. Відправляємо тестовий лист на адресу, надану цими сервісами, і переглядаємо результати, щоб внести потрібні корективи.

The screenshot shows the Pardot interface for sending test emails. At the top, there are tabs: 'Main Template', 'BUILDING', 'TESTING' (active), and 'SENDING'. Below the tabs, the 'Send to Test Lists' section has a sub-header 'Send to Test Lists' followed by the text 'Pardot will send proof emails for review to the members of the lists selected below.' Under this, there is a 'Test Lists' section with a dropdown menu 'Select a list to add...' and a blue button 'Send to test lists'. Below that is the 'Send to Individual Emails' section with a sub-header 'Send to Individual Emails' followed by the text 'Separate multiple email addresses using commas (,).' Below this, there is a note: 'Emails sent to manually entered addresses will not populate merge fields or re-write links to be tracked.' Under the note, there is an 'Individual Emails' section with a red input field and a blue button 'Send to Individual Emails'.

Рис 4.35 - Вигляд вікна створення тестового листа

Після того, як переконалися у коректному відображенні емейлу на всіх платформах, налаштовуємо параметри відправника.

У розділі управління електронною поштою знаходимо опції "Відправлення", де можна налаштувати параметри відправки емейлів (рис. 4.36).

The screenshot shows the Pardot interface for configuring email sending options. At the top, there are tabs: 'Main Template', 'BUILDING', 'TESTING', and 'SENDING' (active). In the top right corner, there is a 'Basic Info' button. Below the tabs, the 'From' section has a sub-header 'From' followed by the text 'Choose who your email is sent from.' Below this, there is a note: 'We'll set the From address using your first option below. If it's not available for a given prospect, we'll send from the next option. Note: autoresponder emails using this template will use the information set below.' Under the note, there is a 'Sender' section with a dropdown menu 'General User' and a blue button 'General User'. Below the dropdown, there are two input fields: 'Name' and 'Email'. The 'Email' field contains the text 'donotreply@'. Below the input fields, there is a note: 'If the recipient does not have a value for the reply-to variables chosen below, replies will go to the address the email is sent from.' Under the note, there is a 'Custom Reply-To Address' section with a dropdown menu 'Specific User' and a blue button 'Specific User'. Below the dropdown, there is a text input field 'Customer Success'. Below the 'Custom Reply-To Address' section, there is a 'Subject' section with a sub-header 'Subject' followed by the text 'Adjust your subject line as needed.' Below the sub-header, there is a 'Subject Line' section with a blue button 'Advanced Subject Composer' and a text input field 'Subject'.

Рис 4.36 - Вигляд вікна налаштувань опцій відправки

Починаємо з налаштування адреси та імені відправника "Від кого". Це критично важливо, адже це впливає на сприйняття емейлів одержувачами. У Account Engagement можна встановити адресу "Від кого" за замовчуванням або

налаштувати її для кожної кампанії. Ім'я "Від кого" повинно бути впізнаваним, тому зазвичай використовують назву компанії замість особистого імені, щоб забезпечити узгодженість з брендом.

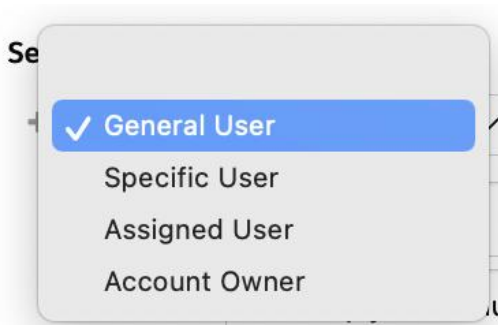


Рис 4.37 - Вигляд переліку налаштування типу відправника

Також налаштовуємо опцію "Відповіді на". Обираємо, чи відповіді повинні надходити на адресу відправника, чи на адресу певного відділу, як-от служба підтримки клієнтів. Це конфігурується в Account Engagement, щоб правильно спрямовувати відповіді з урахуванням можливостей команди, що обробляє кожну адресу.

У емейл-маркетингу ключову роль відіграють терміни. В Account Engagement можемо запланувати час відправки емейлів, маючи можливість надсилати листи негайно або вибрати зручний час для їх відправки.

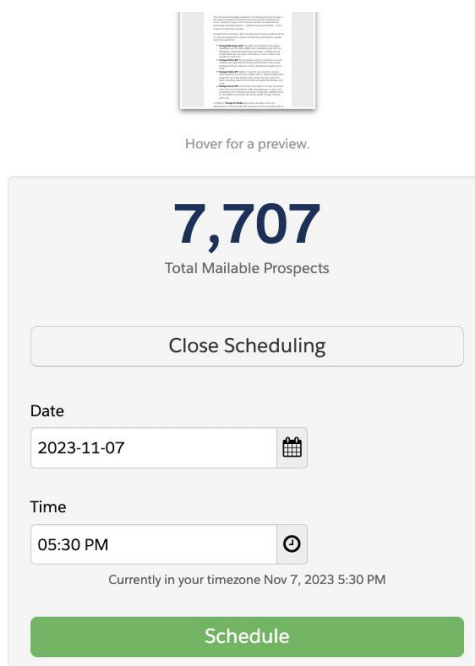


Рис 4.38 - Вигляд вікна визначення часу відправлень

Після завершення роботи над контентом настав час зберегти шаблон електронного листа. Під час збереження електронного листа на цьому кроці ви встановлюєте прапорці в розділі "Доступно для".

Це дозволяє визначити, де саме (в Marketing Cloud Account Engagement) буде застосовуватися цей шаблон. Існують чотири варіанти:

1. Список адрес - оберіть цей варіант, якщо плануєте використовувати шаблон для розсилок або одноразових електронних листів.
2. Автовідповідач - оберіть цей варіант, якщо шаблон буде використовуватися для надсилання автоматичних електронних листів з форми або в рамках правила автоматизації.
3. Програма залучення - оберіть цей варіант, якщо використовуватимете шаблон для створення програм залучення у Engagement Studio.
4. Індивідуальні електронні листи - виберіть це, якщо користуєтесь Salesforce Engage і хочете зробити шаблон доступним у Salesforce АБО якщо дозволяєте відділу продажів розпочинати роботу з шаблону електронних листів для залучення клієнтів у Marketing Cloud Account Engagement та відправляти електронні листи з нього (індивідуально кожному призначеному контакту або ліду).

Після збереження електронного листа та встановлення доступу до нього у програмах залучення, настав час налаштовувати автоматизовані електронні кампанії.

Name * SQL #3/5

Tags add a tag

Folder * /Uncategorized/Email Templates **Choose**

Campaign * Email Plug-in **Choose**

Tracker Domain Current Primary **▼**
We use this tracker domain to create the link to this asset

Email Type * ☒ **HTML and Text**
This email will be an HTML email with a text alternative.
☐ **Text**
This is a text only email.

Available for * ☐ One to one emails ☒ List emails
☐ Autoresponder emails ☒ Engagement Program Emails

Рис 4.39 - Вигляд вікна налаштування автоматизованої електронної кампанії

Спочатку необхідно створити список людей, яким будуть надсилати імейли. Для цього використовують функцію динамічного списку в Account Engagement.

Ось як можна створити динамічний список для тих, хто заповнив будь-яку з форм на вебсайті в Account Engagement.

Перший крок — визначення мети створення списку. Оскільки ціль - охопити потенційних клієнтів, які взаємодіяли з будь-якою формою, уточнюємо, які саме форми цікаві та які дії плануємо здійснити після цього.

У Account Engagement переходимо в розділ "Списки", який знаходиться на вкладці "Перспективи". Там вибираємо опцію створення нового списку та обираємо "Динамічний список" як тип списку для налаштування критеріїв.

List Information

Name  Cold Leads v2

Folder   /Uncategorized/Lists Choose

Tags

Email Test List ☐
Email Test lists are exclusively used for internal tests, and will be limited to 100 prospects.

Dynamic List ☒
The prospects assigned to this list are controlled dynamically via predefined rules.
You will not be able to add or remove prospects via imports, automations, segmentations, or manually.

Archive Date 
This field is used for sorting only. Archive dates are saved and displayed in Eastern Time (Americas).

Public List ☐
Display this list in the email preference center

Рис 4.40 - Вигляд вікна підключення динамічного списку

У налаштуваннях динамічного списку концентруємося на критеріях. Account Engagement дозволяє встановлювати детальні критерії, тому обираємо такі, що стосуються обробників форм. Налаштовуємо список так, щоб він включав будь-якого обробника форми.

До цього списку також додаємо правило, що особи не повинні мати відкритих угод, а їх статус у Salesforce не має бути позначений як "Sales Engaged Lead". Після додавання всіх необхідних умов мій динамічний список виглядає так:

Cold Leads v2 BUILDING TESTING

Dynamic List Rules

Match type ☒ Match all ☐ Match any

+ [icon] Prospect custom field Status isn't Sales Qualified Lead

and

+ [icon] Prospect opportunity

Match prospects not related to Opportunity

and

+ [icon] Prospect form handler - ANY - was completed successfully

+ Add new rule + Add new rule group

Рис 4.41 - Вигляд вікна налаштувань динамічного списку

У сфері цифрового маркетингу силу автоматизації неможливо переоцінити. Account Engagement із своєю надійною студією залучення дозволяє маркетологу створювати персоналізовані подорожі, які динамічно реагують на взаємодію з потенційними клієнтами. Інтеграція з кампаніями Salesforce розширює ці можливості, забезпечуючи безперервний потік інформації та адаптовані маркетингові дії. У цій статті детально розглянуто налаштування програми Account Engagement Engagement Studio, яка дозволяє це зробити.

Починаючи з Salesforce із створення кампанії, яку легко ідентифікувати у Account Engagement за чіткою назвою, яку їй присвоєно.

У Account Engagement здійснено перехід до Engagement Studio і створено нову програму, обираючи новостворену кампанію Salesforce для синхронізації з нею.

Необхідно вказати назву компанії, скласти список учасників кампанії та визначити дні та години, коли доцільно надсилати імейли людям у цій кампанії.

Name*
Cold Leads Automation

Folder*
Uncategorized/Engagement Programs

Description

Recipient List
Cold Leads

Suppression List
Select list(s)

☒ Send emails during business hours only

Business Days*
Sun Mon Tue Wed Thu Fri Sat

Day Start 10:00 AM **Day End** 4:00 PM

Select Time Zone
(GMT-07:00) America - Yellowknife

☒ Allow prospects to enter program more than once

Days before eligible to reenter: 30

Limit Program entries?
☐ No, allow unlimited entries.
☒ Yes, limit total entries to: 2

✓ Save

Рис 4.42 - Вигляд вікна створення кампанії

Перший крок – встановити статус кастомного поля контакта як "холодний". Це правило застосовано відразу після того, як контакт додається до кампанії Salesforce.

Потім потрібно перетягнути дію "Надіслати імейл" у програму і вибрати перший імейл для відправлення.

Після відправлення імейлу №1 налаштовано дію "Призначити до кампанії Salesforce". Автоматизовано призначення контакта до кампанії Salesforce із статусом "Відправлено".

Призначено правила для моніторингу взаємодії:

Якщо контакт відкрив імейл, застосовано правило Engagement Studio, щоб змінити статус кампанії у Salesforce на "Відкрито".

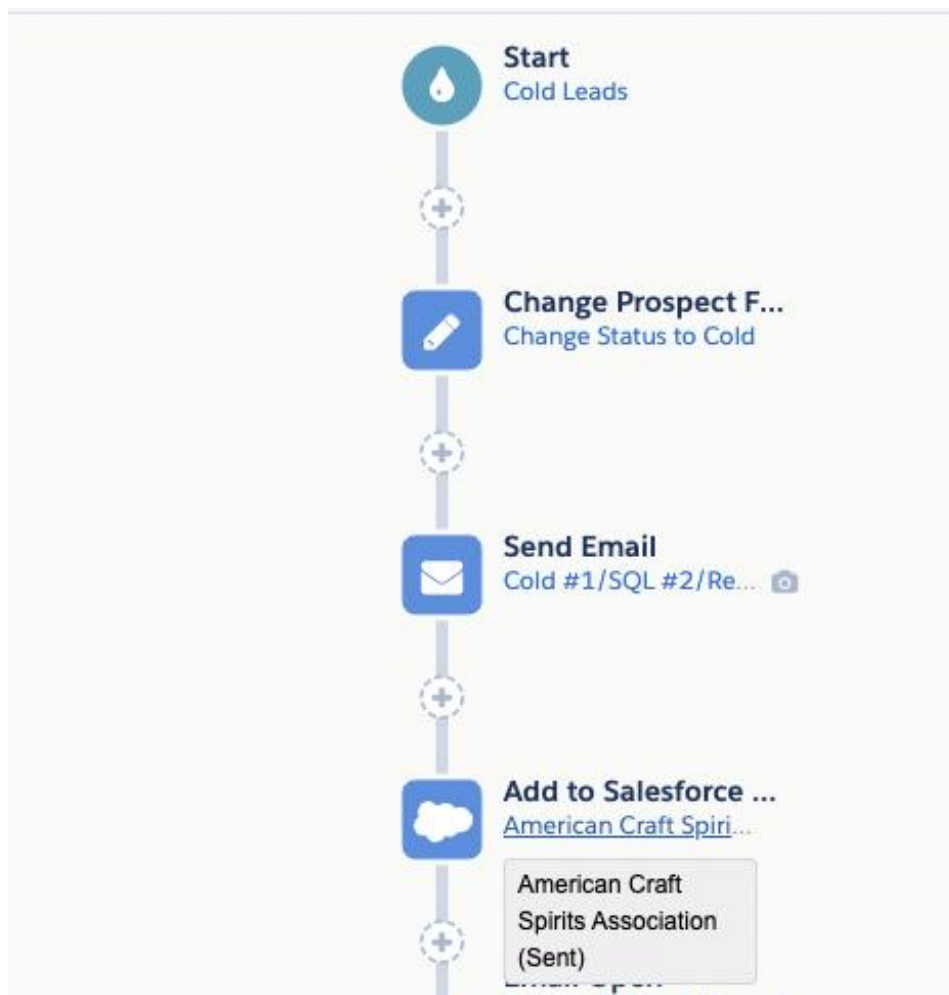


Рис 4.43 - Вигляд вікна статусів

Перевіряємо чи перейшов контакт за посиланням у листі. Якщо так, то статус кампанії оновлюється у Salesforce на "Відповіли" і змінюється статус кастомного поля контакта на "теплый". Для контактів, які відкрили імейл №1, але не перейшли за певним URL, налаштовано програму на очікування перед надсиланням імейлу №2.

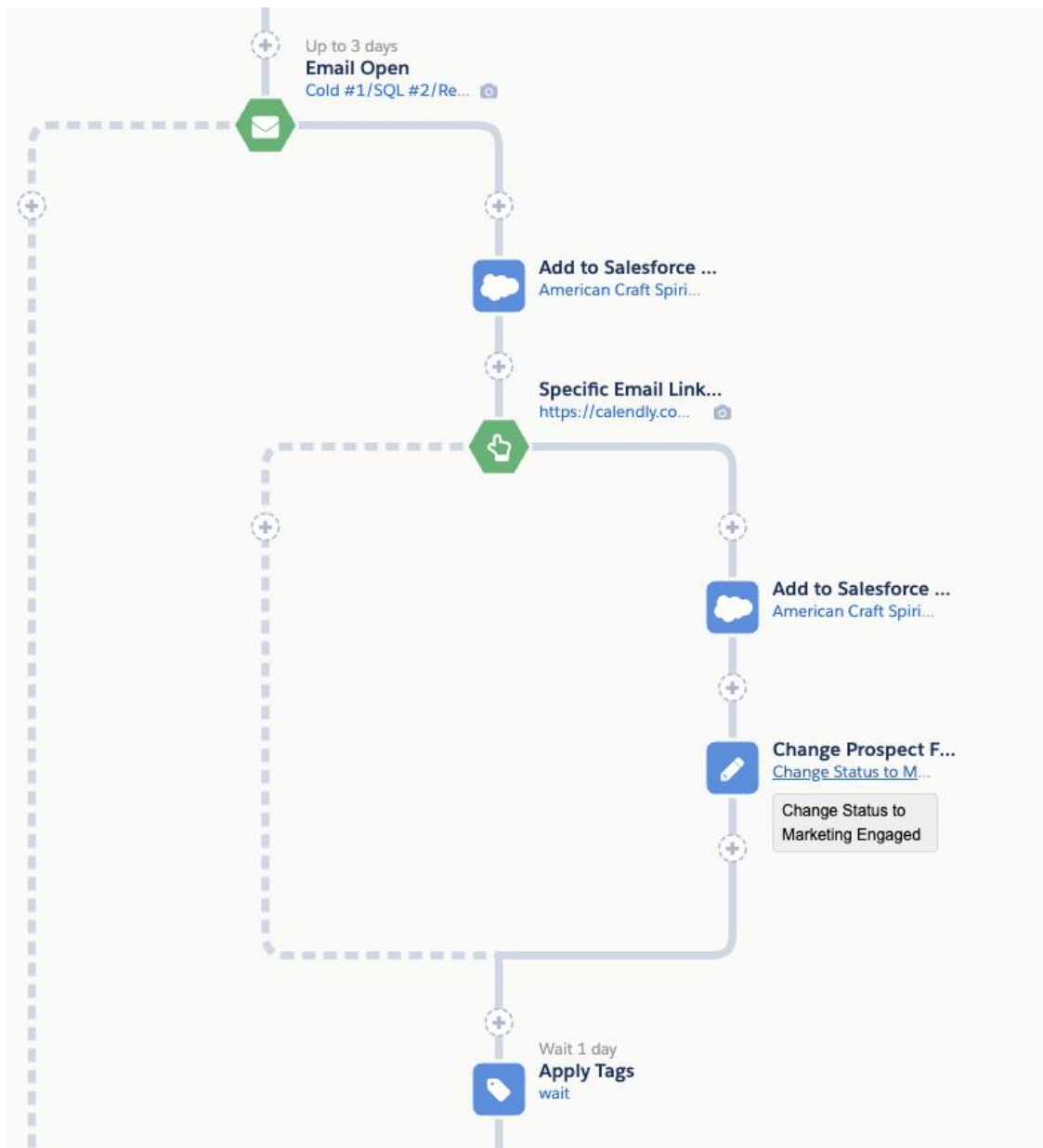


Рис 4.44 - Вигляд вікна оновлених статусів

Повторюємо процес моніторингу для імейлу №2 і, якщо треба, для імейлу №3, завжди оновлюючи стан кампанії Salesforce та кастомних полів контактів залежно від їхньої взаємодії.

У Account Engagement можна тестувати свою програму, де буде запропоновано реагувати на взаємодії, які налаштовано. В залежності від вибраних опцій буде продемонстровано шлях, яким піде клієнт.

Після того, як переконалися, що програма працює належним чином, її можна запускати.

ВИСНОВКИ

Ця дипломна робота демонструє значний потенціал Salesforce як інструменту управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), особливо в контексті невеликих ІТ-компаній. Детально описуючи комплексний процес впровадження - від міграції та інтеграції даних, створення користувачів, ролей та ієрархії до застосування унікальних функцій Salesforce - ця робота підкреслює трансформаційний вплив, який Salesforce може мати на ефективність та результативність бізнес-процесів.

Етап міграції та інтеграції даних став основою впровадження. Успішне перенесення та зв'язування критично важливих бізнес-даних з файлів CSV дозволило Salesforce стати центральним вузлом для всієї інформації, пов'язаної з клієнтами. Така консолідація інформації забезпечує більшу прозорість, співпрацю та прийняття рішень в компанії на основі даних.

Створення користувачів, визначення ролей та встановлення ієрархії були важливими кроками в адаптації середовища Salesforce до унікальної організаційної структури компанії. Цей етап забезпечив кожного члена команди інструментами, правами доступу та інтерфейсами, необхідними для виконання своїх ролей, що сприяло підвищенню продуктивності та підзвітності.

Впровадження таких функцій Salesforce, як Web-to-Lead, призначення лідів та індивідуальні звіти, розширило можливості компанії. Функція Web-to-Lead дозволила безперешкодно реєструвати потенційних клієнтів з Інтернету в Salesforce, таким чином гарантуючи, що жоден потенційний клієнт не залишиться поза увагою. За допомогою Правил призначення лідів було автоматизовано процес розподілу рекомендацій серед відділу продажів, що покращило час реагування та підвищило потенційний коефіцієнт конверсії. Користувацькі звіти надають важливу інформацію про процес продажів, що дозволяє приймати обґрунтовані стратегічні рішення.

Однак цінність Salesforce - це не просто сума його складових. Справжній потенціал Salesforce реалізується в тому, як інтеграція даних, налаштування на

основі ролей та впровадження функцій трансформують процес управління взаємовідносинами з клієнтами. Як зазначено в цій роботі, комплексне впровадження Salesforce дозволяє оптимізувати операції, покращити відносини з клієнтами і, в кінцевому підсумку, підвищити прибуток.

Як задокументовано в цій дипломній роботі, застосування Salesforce у невеликій ІТ-компанії є свідченням масштабованості, універсальності та потенціалу платформи для досягнення успіху в бізнесі. Він демонструє, що при стратегічному плануванні та виконанні, Salesforce може стати безцінним активом для малого бізнесу, надаючи йому ресурси та можливості, які традиційно асоціюються з гігантськими корпораціями. У міру того, як ми розвиваємося у все більш цифровому бізнес-середовищі, такі інструменти, як Salesforce, сприятимуть інноваціям, ефективності та зростанню [17].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. "Formal salesforce controls and service-sales ambidexterity: the moderating role of salespeople's grit." [Електронний ресурс]: Офіційний веб-сайт Emerald. Режим доступу: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MIP-11-2022-0501/full/html> – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.
2. Salesforce.com, Inc. "Salesforce CRM: Getting Started." [Електронний ресурс]: Початок роботи з Salesforce CRM. Режим доступу: https://trailhead.salesforce.com/en/content/learn/trails/lex_admin_implementation – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.
3. Miller, Michael. "Salesforce CRM For Dummies." [Електронний ресурс]: Amazon. Режим доступу: <https://www.amazon.com/Salesforce-Marketing-Dummies-Chester-Bullock-ebook/dp/B076GCZHQ6/> – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.
4. A. Manchar and A. Chouhan, "Salesforce CRM: A new way of managing customer relationship in cloud environment," 2017 Second International Conference on Electrical, Computer and Communication Technologies (ICECCT), 2017, pp. 1-4, doi: 10.1109/ICECCT.2017.8117887. Режим доступу: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8117887> – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.
5. S. Fisher, "The Architecture of the Apex Platform, salesforce.com's Platform for Building On-Demand Applications," 29th International Conference on Software Engineering (ICSE'07 Companion), 2007, pp. 3-3, doi: 10.1109/ICSECOMPANION.2007.76. Режим доступу: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1109/ICSECOMPANION.2007.76> – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.
6. Salesforce.com, Inc. "Salesforce Training and Certification." [Електронний ресурс]: Курси та сертифікація Salesforce. Режим доступу: <https://trailhead.salesforce.com/credentials/administratoroverview> – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.

7. J. Patel and A. Chouhan, "An approach to introduce basics of Salesforce.com: A cloud service provider," 2016 International Conference on Communication and Electronics Systems (ICCES), 2016, pp. 1-8, doi: 10.1109/CESYS.2016.7889991. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/316611584_An_approach_to_introduce_basics_of_Salesforcecom_A_cloud_service_provider – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.
8. Salesforce.com, Inc. "Create Custom Fields." [Електронний ресурс]: Документація кастомні поля Salesforce. Режим доступу: https://help.salesforce.com/s/articleView?id=sfdo.SFDO_Create_Custom_Field.htm&type=5 – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.
9. Salesforce.com, Inc. "Trailhead - the fun way to learn Salesforce." [Електронний ресурс]: Ігрова платформа для вивчення Salesforce. Режим доступу: <https://trailhead.salesforce.com> – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.
10. S. Baek, K. Kim and J. Altmann, "Role of Platform Providers in Service Networks: The Case of Salesforce.com App Exchange," 2014 IEEE 16th Conference on Business Informatics, 2014, pp. 39-45, doi: 10.1109/CBI.2014.58. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/286651023_Role_of_Platform_Providers_in_Service_Networks_The_Case_of_Salesforcecom_App_Exchange – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.
11. H. Thanduparakkal, P. Shahad and C. G. Raji, "Using Salesforce to Build Real Time Covid 19 Tracker with Cloud Computing Technology," 2022 International Conference on Applied Artificial Intelligence and Computing (ICAAIC), 2022, pp. 942-948, doi: 10.1109/ICAAIC53929.2022.9792802. Режим доступу: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9792802> – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.
12. "Building a Salesforce-Powered Front Office" [Book]. Режим доступу: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4842-6676-2> – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.

13. P. Gupta, "Introduction to Imperative Code Execution Machine - a framework for sustainable Salesforce application development," 2022 IEEE/ACIS 20th International Conference on Software Engineering Research, Management and Applications (SERA), 2022, pp. 30-38, doi: 10.1109/SERA54885.2022.9806725. Режим доступу: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9806725> – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.

14. "A Brief Review on CRM, Salesforce and Reasons Stating Salesforce as One of the Top CRM's." Режим доступу: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4158451 – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.

15. Salesforce.com, Inc. "Salesforce Security Guide." [Електронний ресурс]: Посібник з безпеки Salesforce. Режим доступу: https://help.salesforce.com/s/articleView?id=sf.security_guide_about.htm&type=5 – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.

16. C. S. Lee, A. Tiong, W. L. Tang and K. H. Yap, "DataDriven 'Market Basket'-Pricing and Personalized Health Information Services Using Salesforce's Model-Driven Systems Service Design," 2019 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM), 2019, pp. 576-580, doi: 10.1109/IEEM44572.2019.8978835. Режим доступу: <https://ieeexplore.ieee.org/document/8978835> – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.

17. Salesforce.com, Inc. "Salesforce Integration Guide." [Електронний ресурс]: Посібник з інтеграції Salesforce. Режим доступу: https://help.salesforce.com/s/articleView?id=sf.integration_patterns_guide.htm&type=5 – Назва з екрана. – Дата звернення: 04.06.23.

18. Губанов А. Б. Переваги crm salesforce. Оптимізація управління продажами та підвищення ефективності бізнесу / А. Б. Губанов // Комп'ютерні науки та інформаційні технології (КНІТ-2023): матеріали наук.-практ. семінару. Випуск 2. / За ред. Ольховської О.В. – Полтава: Кафедра КНІТ ПУЕТ, 2023. С. 34-37. – Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/13014>