

Рецензия в журнал МИР на статью

**«Особенности разработки стратегии управления клиентскими отношениями»**

Представленная на рецензирование статья посвящена актуальной тематике – развитие клиентских отношений. Трудно возразить, против авторской концепции, что одно из главных условий конкурентоспособности компании является ее клиентоориентированность. Автор нашел собственный – оригинальный подход к доказательству важности построения стратегии взаимоотношений с клиентами.

Научную новизну в статье можно отметить, с одной стороны, как использование оригинального объекта исследования – формирование стратегии отношений с клиентами, с другой стороны, использование многочисленных методов формирования рациональной стратегии. Особый научный интерес представляет сравнение итогов сегментирования активной группы клиентской базы организации по различным критериям.

Достоверность результатов исследования, отраженных в статье представляют многочисленные ссылки на литературу, проведенные расчеты и логическая последовательность в доказательстве важности и необходимости использования стратегии взаимоотношений с клиентами.

Автор замечательно показывает, что клиентоориентированность – это способность организации извлекать дополнительную прибыль за счет глубокого понимания и эффективного удовлетворения потребностей клиентов, но для этого надо формировать стратегию. Использование данных исследования, отраженных в статье, позволит предприятиям строить основы своей собственной стратегии отношений с клиентами, что представляет несомненную практическую значимость статьи.

Статья изложена научным стилем, содержит необходимый и представительный графический и табличный материал, резюме отражает содержание статьи, использован адекватный (по теме) список литературы.

Из недостатков, а скорее пожеланий, следует отметить:

- автору, на наш взгляд, следовало более всесторонне описать CRM систему именно как прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами) для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга. О последнем, кстати, в статье ни слова, хотя речь о клиентах.
- автор настаивает, что наиболее перспективной стратегией для укрепления устойчивости организации становится управление взаимоотношениями с клиентами. Но доказательств укрепления устойчивости, и определений устойчивости в работе нет.

Несмотря на отмеченные замечания, статья актуальна, обладает научной и практической новизной, рекомендуется для печати.

Доцент, к.э.н Юденков Ю.Н.

*Юденков Ю.Н.*  
*10.11.2018*  
*Юденков Ю.Н.*  
*10.11.2018*

