



فرایند پرداز **راد** راهبرد آرمانی داده ها  
طراح و تولید کننده نرم افزارهای مالی و اداری

راهکار مدیریت ارتباط با مشتریان **راد**  
Customer Relationship Management  
**CRM**





## CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

یا مدیریت ارتباط با مشتری فقط یک نرم افزار نیست بلکه یک ابزار تخصصی و یک استراتژی اساسی برای مدیریت روابط و تعاملات سازمان با مشتریان فعلی و مشتریان بالقوه و راهکاری برای شناسایی ، جذب ، حفظ و پرورش مشتریان در یک پایگاه داده یکپارچه است .

در واقع این راهکار در تمام چرخه حیات مشتری ، به گروه های بازاریابی، فروش و خدمات شما این توانایی را میدهد تا با ایجاد مسیرهای ارتباطی مناسب و پیدا کردن سرنخ های جدید روند فروش سازمان را بهبود ببخشند.

راهکار تخصصی مدیریت ارتباط با مشتریان **راد** با تجربه ای ۱۸ ساله به تولید سامانه های نرم افزاری تخصصی در راستای ایجاد نگرش جامع و کلان به نوع ارتباط های سازمانی در بنگاه های اقتصادی با مشتریان شان پرداخته است.

پیاده سازی این راهکار اطلاعاتی و عملیاتی کمک شایانی جهت تصمیم گیری و دسترسی به اطلاعات (درون سازمانی و برون سازمانی) ، بهبود توانایی پاسخگویی به نیازها و تغییرات بازار، افزایش سرعت پاسخگویی و روان سازی فرآیندها، افزایش توان ارزیابی عملکرد ، ایجاد توانایی رهگیری و پیگیری مشتریان، محصولات ، کاربران ، اسناد ، مستندات ، تراکنش ها ، براساس انواع شاخص های بازاریابی و افزایش قابلیت نظارت بر فرآیندها می نماید.

## راهکار مدیریت ارتباط با مشتریان **راد**

چهار نگرش مدیریت ارتباط با مشتریان را تحت پوشش قرار میدهد :

◇ CRM استراتژیک

◇ CRM تعاملی

◇ CRM عملیاتی

◇ CRM تحلیلی

◇ CRM استراتژیک

این نگرش در این راهکار در واقع پل ارتباطی شما با مشتریان ، تامین کنندگان ، نمایندگان ، توزیع کنندگان و ... می باشد. شما می‌توانید از نیازهای مشتریان ، انتقادات ، پیشنهادات و درخواست‌های آنان به راحتی آگاه شده و با ثبت و پیگیری روند مدار آنها به راحتی پاسخگو باشید و از ابزارهای : ایمیل ، پیامک ، فاکس ، پورتال‌های ارتباطی و وب سایت برای مدیریت هرچه بهتر این اطلاعات استفاده نمایید و تمام این اطلاعات را با جزییات در پرونده طرف حساب های خود همواره در دسترس داشته باشید .

◇ CRM تعاملی

این نگرش در این راهکار در واقع پل ارتباطی شما با مشتریان، تامین کنندگان ، نمایندگان ، توزیع کنندگان و ... می باشد. شما می‌توانید از نیازهای مشتریان ، انتقادات ، پیشنهادات و درخواست های آنان به راحتی آگاه شده و با ثبت و پیگیری روند مدار آنها به راحتی پاسخگو باشید و از ابزارهای : ایمیل ، پیامک ، فاکس ، پورتال های ارتباطی و وب سایت برای مدیریت هر چه بهتر این اطلاعات استفاده نمایید و تمام این اطلاعات را با جزییات در پرونده طرف حساب های خود همواره در دسترس داشته باشید.

## CRM عملیاتی

با کمک از این راهکار و این نگرش شما می توانید نظم و سرعت گردش اطلاعات را در سازمانتان به راحتی مدیریت نمایید. تمام عملیات جاری در واحدهای مرتبط با فرایندهای ارائه خدمات مانند فرایندهای بازاریابی، فروش و ارائه خدمات پس از فروش و هر فرایندی که به نوعی با مشتری در ارتباط است به صورت مکانیزه جاری میگردند و به گردش اطلاعات اتوماتیک تبدیل می شود.

## CRM تحلیلی

در واقع اطلاعاتی که در فرایندهای عملیاتی تعاملی و استراتژیک جمع آوری شده است در تصمیم‌گیری‌ها و تصمیم‌سازی‌ها نقش مهمی را ایفا می نماید. تحلیل‌هایی که فرایندها را به خروجی‌های قابل استناد تبدیل می نماید و همانند یک نقشه راه عمل میکند. در واقع شما در تدوین استراتژی‌های خود نیازمند این اطلاعات هستید برای مثال نتایج و بررسی‌های پس از حضور در یک نمایشگاه و یا یک کمپین تبلیغاتی به شما دید میدهد که چه نوع مشتریانی بر روی چه نوع محصولات و یا خدمات شما جذب بیشتری داشته اند.





گاهی اوقات ، مدیریت ارتباط با مشتری را صرفاً به عنوان یک زیرمجموعه از واحد بازاریابی در نظر می‌گیرند ؛ درست مانند همه‌ی دپارتمان‌ها و زیرمجموعه‌های دیگر .

این درحالی است که مدیریت ارتباط با مشتری ، زمانی موفق است که مشتری‌مداری به فلسفه‌ی کلیدی سازمان تبدیل شود و واحد ارتباط با مشتری بتواند با واحدهای دیگر، به شکلی گسترده و تأثیرگذار ، در تعامل باشد .

راهکار مدیریت ارتباط با مشتریان **راد** یک سیستم یا یک نرم افزار نیست ؛ بلکه تعریف جدیدی از ماموریت سازمان با محوریت مشتری است که ما در راد این راهکار را به ۸ بخش زیر تقسیم نموده ایم :

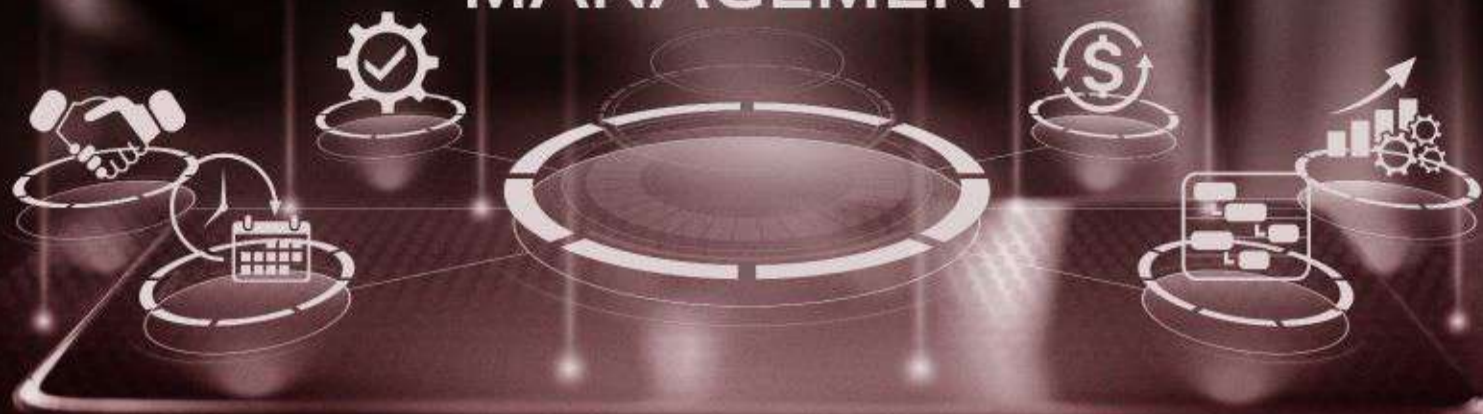
مدیریت پروژه ها	مدیریت زمان بندی
مدیریت و نظارت بر فرایند فروش	مدیریت ارتباطات
مدیریت خرید و فروش	ایجاد بانک اطلاعاتی مشتریان
عدم وابستگی به پرسنل فروش	مدیریت ارتباط با نمایندگان

#### ♦ مدیریت پروژه ها

بسیاری از شرکت ها و سازمان ها ابتدا اطلاعات مختصری از مشتریان و طرف حساب های خود دارند و با مرور زمان آنها را تکمیل می کنند . راهکار CRM و مدیریت پروژه جزء ابزارهایی هستند که با اجرای درست و با یک برنامه هوشمند ، موجب موفقیت یک کسب و کار و یا یک صنعت می شوند و تمامی اطلاعات سازمان و دانش حاصله از پروژه را جمع آوری مینمایند .

بطور کلی ، هنگامی که راهکار CRM و مدیریت پروژه با یکدیگر ادغام می شوند، به خوبی کار می کنند . مدیریت ارتباط با مشتری شامل مدیریت انتظارات مشتری می باشد. با مدیریت پروژه، به این نیازهای خاص توجه می شود، مشکلات دیده نشده بر طرف شده و وظائف لازم انجام می شوند تا کسب و کار راحت تر به مقصد برسد. هرگاه پروژه تکمیل شد، داده های در حال پیگیری در راهکار CRM جمع آوری می شوند .

## PROJECT MANAGEMENT



به طور مثال پس از نهایی شدن یک قرارداد کارمندان فروش، تیم پروژه را از وجود یک معامله جدید مطلع می سازند. اعضای تیم مدیریت پروژه اطلاعات مرتبط با پروژه را نظارت و پیگیری می کنند. در نتیجه ارتباط اطلاعات به دست آمده بین تیم های فروش و مدیریت پروژه قطع می شود و منجر به سردرگمی های زیاد و در نتیجه شکست پروژه ها می شود. هرگاه یک پروژه شروع می شود، کارمندان فروش تقریباً هیچ اطلاعاتی در مورد پیشرفت پروژه و به روز رسانی مشتری ندارند و تیم مدیریت پروژه اطلاعات محدودی در مورد بودجه، وعده هایی که فروشندگان در طول مذاکرات می دهند و ... دارند .

همان طور که می بینید، راهکار CRM و مدیریت پروژه مکمل یک فروش پروژه محور هستند . ماهیت انعطاف پذیر این دو در یک برنامه ، به رشد سریع تر کسب و کارها کمک می کند. با تمام داده های به دست آمده و نمایش داده شده در یک داشبورد کامل و واحد، تمام اعضای تیم می توانند پیشرفت ها را پیگیری کنند و در صورت لزوم اصلاحات لازم را انجام دهند .

شما با استفاده از این راهکار می توانید برای عوامل پروژه خود زمان مورد نیاز پیگیری ها و لیستی از فعالیت های هر فاز را تعریف نمایید و در نهایت نیز با یک نگاه مشاهده کنید که هر پروژه در چه مرحله ای قرار دارد و وضعیت کلی شرکت شما، لیست کارها و وظایف، مهلت های تعیین شده ، مشکلات مربوط به هزینه ها، کارمندان، ایمیل ها ، قیمت های تعیین شده هر کالا و تعداد آنها در پروژه و تمام جنبه های شرکت شما بطور خلاصه چگونه است .

### ♦ مدیریت زمان بندی

تمام انسان ها خواستار این هستند که حداکثر استفاده از ۲۴ ساعت شبانه روز خود را داشته باشند ولی با این وجود برخی افراد با اینکه به اندازه بقیه زمان دارند در طول روز از بهره وری و موفقیت بیشتری برخوردار هستند . هر سازمان میتواند با مدیریت زمان آگاهانه و برنامه ریزی ، بهره وری سازمان خود را افزایش دهد .

زمان نمیتواند برای سازمان شما برنامه ریزی نماید اما همیشه در خدمت شماست و به عنوان سرمایه شما محسوب میگردد . این جمله به ویژه در



TIME  
MANAGEMENT



فرایندهای فروش تاثیر زیادی دارد. تخصیص زمان به یک مشتری در مقایسه با مشتری دیگر می تواند تفاوت بین انجام شدن و نشدن یک قرارداد باشد. با مدیریت زمان در فروش برخی فعالیتها می تواند رکورد فروش را افزایش دهد؛ درحالی که تمرکز روی امری دیگر ممکن است شما را به مسیر رکود هدایت کند. پرسنل فروش همیشه چندین کار مهم دارند که به طور همزمان به آنها توجه می کنند و گاهی ممکن است در بین تمام فعالیتها امری مهم فراموش شود.

راهکار مدیریت ارتباط با مشتریان **راد** با برنامه ریزی و ثبت تمام فعالیتها در فرایندهای از پیش تعریف شده مسیر راهی روشن برای این امور ترسیم می نماید و با پیگیری اتوماتیک و پیوسته به تمام امور و برنامه ریزی روزانه پرسنل شما کمک می نماید.

به طور مثال شما می خواهید در روز تولد مشتری برای مشتری ایمیل یا پیامک یا حتی یک تماس به صورت اتوماتیک برنامه ریزی نمایید، یا چند روز مانده به انقضای تاریخ پشتیبانی محصولاتان به مشتری خبر دهید، یا در یک روز خاصی برای لیستی از مشتری ها پیامک یا ایمیل ارسال نمایید و یا حتی پس از انجام شدن هر مرحله از کار به مشتری اطلاعاتی دقیق بدهید، راهکار مدیریت ارتباط با مشتریان راد به راحتی تمام این فعالیتها را برای شما انجام می دهد.

شما می توانید به سادگی همه کارهای زمانبندی را به عهده نرم افزار گذاشته تا به صورت اتوماتیک و دقیق این کارها را انجام دهد. با انجام اتوماتیک زمانبندیها تمام کارها در زمان مشخص خود انجام خواهد شد و از اتلاف زمان کارکنان به میزان قابل توجهی جلوگیری می شود که باعث بالا بردن راندمان کاری خواهد شد.



## ♦ مدیریت و نظارت بر فرایند فروش

هدف نهایی هر سازمانی از ایجاد کسب و کار خود فروش و سودآوری است . بنابراین کنترل ، مدیریت و نظارت بر فروش یک امر کاملاً ضروری است .

گزارشات تحلیلی از میزان فروش در هر برهه از زمان ، پیش بینی های ماه های آتی ، گستره فعالیت های بازاریابی و آنالیز تاثیر آنها و هر یک از این بخش ها می تواند عامل مهمی در پیشرفت و پیشبرد اهداف هر سازمانی باشد.

عدم نظم در فرآیند فروش و نبود عناصر متریک برای بازخوردگیری از فرآیندهای سیستم یکی از بزرگترین مشکلات بخش فروش است . این راهکار بخش فروش سازمان را قادر می سازد تا بطور دقیق فعالیت های فروش را برنامه ریزی، کنترل و پیش بینی کند، سیستم فروش را به سرعت تجزیه و تحلیل کند ، وظایف را به صورت کارآمد مدیریت کرده و گزارش های تحلیلی به هنگام (REAL TIME) داشته باشد و از ثابت ماندن هر مرحله از فروش در هر زنجیره ای جلوگیری نماید .

CRM **راد** شما را قادر می سازد تا نسبت به مشتریان بالفعل و مشتریان بالقوه ، دیدگاه ۳۶۰ درجه ای و تمام و کمال داشته باشید.

شما می توانید اهداف فروش را در بازه های مختلف زمانی و با شاخص های متفاوت تعیین کرده و سازمان را در مسیر دستیابی به اهداف فروش کنترل نمایید. بدین ترتیب شما می توانید در هر لحظه متوجه باشید که تا کنون چند درصد از اهداف فروش شما با استفاده از اطلاعات آماری پایه ای همانند اطلاعات زیر محقق شده است :

- تعداد مشتریان در حال عقد قرارداد و جاری
- تعداد فعالیت ها (همانند تماس ها، فاکتور ها، جلسات و ...) در حال انجام ، انجام شده و یا برنامه ریزی شده
- میزان (تعدادی و ریالی) فروش موفق در بازه زمانی هدف و ...
- تعداد فروش های ثبت شده در سال جاری به تفکیک ماه ، کاربر ، محصول
- ۹ ...
- لیست مشتریانی که از یک رسانه خاص و یا برای یک کالای خاص وارد مجموعه شده و منجر به فروش شده اند
- نمودار فروش به ترتیب کالاها در ماه های سال و ...





## ♦ مدیریت ارتباطات

حرف R در CRM نشان دهنده ارتباطات است. هدف در CRM مدیریت بر روابط با مشتریان است و فرض بر آن است که مشتریان نه فقط به دلیل محصول متمایز و منطبق با نیازهایشان، بلکه به دلیل تعلق خاطر به روابطشان با عرضه کنندگان محصولات، از یک سازمان خرید می کنند. به بیان دیگر داشتن محصولات متمایز و منطبق با نیازهای مشتری شرط لازم است، اما لزوماً شرط کافی برای کسب و تداوم وفاداری مشتری نیست. شرط کافی داشتن روابط ماندگار با مشتری است.

این راهکار تمام مرزهای سازمان، چه در رابطه با مشتری و چه تمامی طرف حساب ها را پوشش میدهد و هر نوع داده و اطلاعاتی که از مرزهای سازمان عبور میکند را ثبت و مدیریت می نماید.

به کمک این راهکار همه تماسها، سوالات، مذاکرات و ارتباطات با مشتریان، ارسال و دریافت تمام مکاتبات و اسناد ثبت و ضبط شده و در

دسترس همه اعضای تیم قرار می گیرد. این به خصوص در موضوعاتی همچون پیگیری‌ها، فرآیندهای قیف فروش و سوابق مشتریان باعث تقویت عملکرد تیم های فروش، بازاریابی و خدمات مشتریان می شود .

## ♦ مدیریت خرید و فروش

اعمال صحیح و برنامه‌ریزی شده فرآیند خرید ، نقش مهمی در کنترل و کاهش هزینه ها، بهبود کیفیت محصول و افزایش بهره وری در عملکرد کلی سازمان‌ها خواهد داشت.

مدیریت خرید عبارتست از "فرآیندی شامل تصمیم‌گیری و اجرای برنامه‌ای مدون به منظور تهیه و تأمین نیازمندیهای سازمان در زمان مناسب، با قیمت و کیفیت مطلوب از منابع مطمئن و قابل اتکاء با توجه به توانمندی‌ها و امکانات سازمان و در چارچوب مقررات و استانداردهای حاکم بر سازمان"

یکی از مشکلات عمده سازمان‌ها مدیریت مسائل مختلفی است که در ارتباط با تأمین و خرید مطرح می‌شود. به تناسب کسب‌وکار در شرکت‌ها و سازمان‌های مختلف ، نیازمندی‌هایی مانند چگونگی تأمین کالا، مدیریت تأمین‌کنندگان، برنامه‌ریزی تأمین، شرایط پرداخت و ... مطرح می‌شود.



شرکت‌هایی که به دنبال راه‌حلی ساده برای مدیریت فرایند خرید و به واسطه آن پاسخگویی به موقع به تقاضای مشتریان هستند، می‌توانند از ویژگی‌های منعطف راهکار خرید و تدارکات **راد** که به تفصیل شرح داده شده است.

یکی از کارهای پرچالش بخش فروش، ایجاد فاکتور و پیش‌فاکتور است. ثبت کلیه اطلاعات مشتری اعم از نام، آدرس و تلفن، دریافت تاییدیه از مدیر یا مسئول مربوطه، چاپ و ارسال فاکتور و پیش‌فاکتور، ثبت شماره آن در پرونده مشتری، و ثبت نسخه اصلی پیش‌فاکتور و بایگانی آن، همه و همه به کارمندان بخش فروش فشار زیادی وارد می‌آورد. راهکار CRM **راد**، صدور پیش‌فاکتور و فاکتور را بسیار راحت کرده است.

یکی دیگر از معضلات بخش فروش عدم هماهنگی در قیمت دهی خدمات و کالاها محسوب می‌شود مخصوصاً خدمات و کالاهایی که قیمت مشخصی ندارند. راهکار مدیریت ارتباط با مشتریان **راد** با ثبت و پیگیری فاکتورها و پیش‌فاکتورها و ثبت مذاکرات انجام شده و اعلام قیمت‌های تلفنی، اطلاعات مذاکرات فروش و مرحله کنونی هر مشتری را با تعریف سطح دسترسی‌های مختلف در اختیار تیم فروش قرار می‌دهد.

### ◆ ایجاد بانک اطلاعاتی مشتریان

بانک اطلاعاتی مشتریان یا پایگاه اطلاعاتی مشتریان مجموعه‌ای سازمان‌یافته از داده‌های اطلاعاتی جامع و کامل درباره مشتریان یا مشتری احتمالی است. داده‌های اطلاعاتی که به روز، قابل استفاده و قابل دسترسی برای اهداف بازاریابی و برندینگ هستند.

بسیاری از سازمان‌ها تفاوتی بین لیست مشتریان و پایگاه اطلاعاتی آنان قایل نمی‌شوند. لیست مشتریان فهرست ساده‌ای از اسامی، آدرس‌ها و شماره تلفن‌ها است اما یک پایگاه اطلاعاتی مشتریان اطلاعات بیشتری را از



ویژگی‌های مشتری در بردارد ؛ همانند :

- کالاها و خدمات خریداری شده توسط او
- حجم خرید
- قیمت‌های فروش در گذشته
- تصمیم گیرندگان اصلی و مشخصات آنها
- فروشندگان رقیب
- وضعیت قراردادهای موجود
- و ...

شرکتی که مجهز به اطلاعات در پایگاه اطلاعات مشتریان است، با دقت بیشتری خواهد توانست به مشتریان بازار هدف خود دسترسی پیدا کند.

راهکار **RAD CRM** یک ابزار بسیار مفید در جمع‌آوری داده‌های مشتریان، تجزیه و تحلیل بهتر و دقیق‌تر داده‌های بانک پایگاه اطلاعاتی مشتریان است. این راهکار با ایجاد یک پرونده برای هر طرف حساب ، تمام سوابق

مشتریان را از رسانه ورودی ، تماس‌ها و مذاکرات قبلی و جدید ، تمام اطلاعات ارسال‌شده در دوره‌های مختلف ، کارشناسان مذاکره کننده ، جلسات ، قیمت‌های اعلام شده و توافقات انجام‌شده ، خریدها و درخواست‌های مورد نیاز ، افراد تصمیم‌گیرنده در سازمان مشتری و تاریخ‌های مهم و ... را در یک سبد واحد جمع‌آوری می‌نماید و شما در کسری از ثانیه می‌توانید به تمام این اطلاعات در هر زمان دسترسی داشته باشید .

این بانک اطلاعاتی ارزشمند که به یکی از مهم‌ترین دارایی‌های شما تبدیل خواهد شد امکان همگام‌سازی با تمام فرایندهای تعریف‌شده را دارا می‌باشد و شما می‌توانید از این اطلاعات در مسیر هر فرایند و هر واحدی استفاده نمایید.

#### ♦ عدم وابستگی به پرسنل فروش

همواره یکی از نگران‌کننده‌ترین دغدغه‌های مدیران ، امنیت اطلاعات مشتریانی است که حاصل سالها تلاش و صرف هزینه‌های زیاد بازاریابی و تجربه‌های آنان است. اطلاعات نگهداری شده در فایل‌ها و یا به صورت دستی به راحتی از طریق مموری یا اینترنت قابل انتقال است.





ثبت نشدن تمام اطلاعات و کشیده شدن سازمان به وابستگی به پرسنل فروش برای در دسترس نبودن به روز اطلاعات مشتریان و مذاکرات آنان نیز یکی از عمده ترین نگرانی های مدیران فروش در بخش امنیت اطلاعات است که موجب مشکلاتی از قبیل :

- وابستگی بیش از حد به پرسنل به دلیل مکتوب نشدن همه پیگیری ها
- کپی برداری از فایل ها، دسترسی و افشاء اطلاعات
- دسترسی غیرمجاز به اطلاعات محرمانه
- دستکاری کردن عمدی یا سهوی اطلاعات
- عدم همکاری نیروی انسانی و استخدام شدن همین نیروها در شرکت های

#### رقیب

راهکار **RAD CRM** با مکانیزه نمودن اولین قدم های بازاریابی با ثبت تمام اطلاعات مشتریان در یک پایگاه امن و یکپارچه ، مکانیزه نمودن پیگیری ها و ثبت اطلاعات آنها ، دسترسی های چندگانه و ثبت رکوردهای تغییرات اطلاعات در سازمان شما دغدغه های ذکر شده را از بین می برد. شما با در دست داشتن تاریخچه ای از اطلاعات در هر زمان و در نبود پرسنل فروش خود می توانید به اطلاعاتی کاملی از مشتریان همانند زمان واریز ، مشخصات فاکتورها و پیش فاکتورها ، مذاکرات انجام شده ، مشخصات ارتباطی و انتظارات مشتریان ، برنامه ریزی های آتی برای فعالیت های بعدی و ... دسترسی داشته باشید و مهم تر از همه اینکه هیچ اطلاعاتی در خارج از بانک اطلاعاتی شما ثبت نمیشود و کسی نمیتواند به لیست مشتریان شما دسترسی داشته باشد . این راهکار تصویر روشن و نقشه راه کاملی از مشتریان شما و وضعیت فعلی آنها را ارائه می نماید .



# CRM

## ♦ مدیریت ارتباط با نمایندگان

بسیاری از سازمان‌ها با گسترش کسب و کار خود نمایندگان فروش و یا خدمات مختلفی در بسیاری از مناطق جغرافیایی ایجاد می‌نمایند که مدیریت و کنترل بر لحظه آنان کار بسیار دشواری است. سازمان‌ها نیاز دارند تا اطلاعات به روزی از وضعیت مشتریان خود در تمام نمایندگی‌ها در دسترس داشته باشند و یا وضعیت سفارش‌های دریافت شده را در هر زمان مشاهده نمایند و از طرفی دیگر نمایندگی‌ها نیز نیازمند در دسترس بودن اطلاعاتی از قبیل موجودی‌ها، آخرین قیمت‌ها، اعلامیه‌ها و پرسنل کلیدی شرکت مادر هستند.

این نمایندگان به نیابت از شرکت مادر در تمام فرایندهای ارتباط با مشتری حضور دارند و به عنوان نماینده شما و بازخوردی از شخصیت سازمانی شما نقش مهمی در موفقیت و یا شکست کسب و کار و برند شما ایفا می‌نمایند.

این تاثیر مهم بر روی کسب و کار شما مسلماً مستلزم استفاده از ابزارهای به روزی برای مدیریت و کنترل نمایندگان است.

راهکار **RAD CRM** با ارتباط برخط با نمایندگان پاسخگوی تمام این نیازهاست. شما می توانید در هر زمان و مکانی به راحتی گزارشات مورد نیاز خود از نمایندگان را دریافت نمایید؛ گزارشاتی همانند:

- تعداد فروش یک کالای خاص در تمامی نمایندگی‌ها در یک بازه زمانی مشخص
- فعالیتهای انجام شده در هر نمایندگی
- خدمات ارائه شده نمایندگانی که رضایت کامل مشتری را جذب نموده‌اند
- خدمات و با فروش‌هایی که در یک مرحله متوقف شده‌اند
- بیشترین کالای مورد نیاز مناطق جغرافیایی مشابه
- آخرین مهلت تحویل کالا یا خدمات در هر نمایندگی
- پیش بینی مبالغ دریافتی در بازه زمانی مشخص از نمایندگی‌ها

9 ...



نمایندگان نیز می توانند به راحتی تمام اطلاعات مورد نیاز و درخواست های خود را در سیستم ثبت نمایند و در لحظه در اختیار شرکت مادر قرار دهند و اطلاعات مورد نیاز خود را دریافت نمایند . اطلاعاتی همانند :

- موجودی فعلی انبار
- زمان ارسال سفارشات
- وضعیت مشتریانی که فروش آنها توسط نمایندگی انجام شده است
- مرحله فعلی مکاتبات با شرکت مادر
- پاسخ به تمام اسناد و مکاتبات ارسال شده
- و ...

در انتها نیز سوالاتی را مطرح می نمایم تا شما با تحلیل پاسخ های خود بتوانید درصد نیازتان به راهکار مدیریت ارتباط با مشتریان را بسنجید.

• وقتی یک مشتری با سازمان شما تماس میگیرد شما چگونه تشخیص میدهید قبلا با او صحبت نموده اید یا خیر ؟ چه قیمتی به او داده شده است ؟ بازاریاب او چه کسی است ؟

• نحوه آشنایی فرد تماس گیرنده با سازمان شما از چه طریقی است ؟

• پس از پاسخ به تماس مشتری میدانید قبلا در چه زمانی با او صحبت نموده اید ؟ و نتیجه مکالمه شما چه بوده است ؟

• کدام پرسنل با مشتری صحبت نموده است ؟

• چند درصد از کسانی که در یک بازه زمانی مشخص قیمت گرفته اند مشتری شما شده اند ؟

• در چه زمانی درخواست کالا یا خدمات شما بیشتر است ؟



• آیا می‌دانید در پایان هر روز چند درصد از تماس‌های سازمان منجر به سفارش شده؟ چه تعداد اعلام قیمت انجام شده است؟ و چه تعدادی موکول به آینده شده؟

• تماس‌ها و کارها و اعلام قیمت‌های موکول شده به روزهای آینده به چه صورت به شما یادآوری می‌شود؟

• کدام مشتری شما و در چه بازه زمانی با سازمان شما ارتباطی نداشته است؟ و علت آن چیست؟

• مشتریان یک بازاریاب خاص تا یک تاریخ مشخص چه پرداخت‌هایی دارند؟ می‌توانید تعداد و نوع فعالیت‌ها و تماس‌های روزهای آتی پرسنل خود را بسنجید و برای آنان برنامه ریزی نمایید؟

• آیا می‌توانید متن‌های از قبل تعریف شده را برای مشتریان خود ایمیل نمایید؟

• آیا متن‌های ارسالی و دریافتی که از طریق ایمیل و پیامک به مشتریان ارسال شده اند را در پرونده هر شخصی دارید؟ و می‌توانید آنها را از طریق جستجو پیدا نمایید؟



فرایند پرداز راد راهبرد آرمانی داده‌ها

طراح و تولیدکننده تخصصی  
اتوماسیون‌های اداری و مالی

با ما در تماس باشید

۲۱

۴۴

۲۷

۵۷

۸۰