

[Αυξήστε τα κέρδη σας με το CRM!]



» Τι είναι το CRM; (Customer Relationship Management - Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων)

Οι πιο επιτυχημένες εταιρείες σήμερα συνεχώς επιδεικνύουν την ικανότητά τους να αναγνωρίζουν, να καταλαβαίνουν και να ικανοποιούν τις ανάγκες και τις απαιτήσεις των πελατών τους. Ανώτερα στελέχη βλέπουν ότι οι μακροπρόθεσμες σχέσεις με ποιοτικούς πελάτες είναι το κλειδί για την σταθερότητα σε μία αυξανόμενη δυναμική αγορά και συνεπώς, οδηγούν τις επιχειρήσεις τους σε πελατοκεντρικές τακτικές.

Αυτή η προσέγγιση της αναγνώρισης των σημαντικών πελατών, της κατανόησης των πολύπλοκων αναγκών τους και της ευθυγράμμισης των δυνατοτήτων της επιχείρησης με αυτές τις ανάγκες είναι η θεμελιώδης ιδέα της Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM).

Η Gartner Group ορίζει το CRM ως:

«...μία επιχειρηματική στρατηγική της οποίας τα αποτελέσματα βελτιστοποιούν την κερδοφορία, τα έσοδα και την ικανοποίηση των πελατών οργανώνοντας τα διάφορα τμήματα των πελατών, ενθαρρύνοντας συμπεριφορές που τους ικανοποιούν και εγκαθιστώντας πελατοκεντρικές διαδικασίες.»
- **Gartner Group**

» Εισαγωγή

Το παρόν κείμενο έχει γραφτεί για να τονίσει τα συγκεκριμένα ζητήματα που σχετίζονται με το CRM και τους επαγγελματίες Πωλητές. Όταν κάποιος εξετάζει μία λύση CRM, είναι σημαντικό να καταλαβαίνει τις ανάγκες των μελών του Τμήματος Πωλήσεων και πώς αυτοί θα χρησιμοποιούσαν την εφαρμογή σε καθημερινή βάση. Όπως ήδη γνωρίζετε, ένας πωλητής έχει προκαθορισμένο πρόγραμμα στο οποίο βασίζεται μια τυπική μέρα πώλησης. Θεωρείται προτιμότερο για έναν επιτυχημένο πωλητή να μην αλλάξει τον τρόπο πώλησής του, εφόσον αυτός ο τρόπος συνεισφέρει στην επιτυχία του.

Αυτή η αντίληψη είναι απαραίτητη όταν αξιολογούμε την χρήση μιας λύσης CRM. Μία εφαρμογή CRM πρέπει να αναπτύσσεται ως βοηθητική στη διαδικασία πώλησης και όχι ως εμπόδιο. Πολύ συχνά, οι λύσεις CRM έχουν μεγάλο βάθος και περιπλοκότητα και ως αποτέλεσμα δεν χρησιμοποιούνται σε τακτική βάση. Μπορείτε να ρωτήσετε διάφορους πωλητές που χρησιμοποιούν κάποια εφαρμογή CRM και πολλοί από αυτούς θα σας πουν ότι συνήθως χρησιμοποιούν το 1/3 των δυνατοτήτων που

προσφέρει. Γιατί; Επειδή πολλά από τα χαρακτηριστικά κάποιων ανώτατης βαθμίδας συστημάτων CRM δεν υποβοηθούν την διαδικασία πώλησης. Στην πραγματικότητα, κάποια από αυτά μπορεί να αυξάνουν την προσπάθεια των πωλητών να κλείσουν μια πώληση. Το παρόν κείμενο στοχεύει στα ζητήματα που μπορούν να σας βοηθήσουν να αποφύγετε την εγκατάσταση ενός συστήματος CRM που δεν ταιριάζει με τις ανάγκες σας ή τις ανάγκες του Τμήματος Πωλήσεων της εταιρείας σας.

» Βρείτε το πρόβλημα στο Τμήμα Πωλήσεών σας.

Το πιο ουσιαστικό στοιχείο για την εισαγωγή μιας κατάλληλης λύσης CRM πηγάζει από την αναγνώριση του προβλήματος που αντιμετωπίζουν την συγκεκριμένη περίοδο τα στελέχη των Πωλήσεων της επιχείρησης. Αυτά τα προβλήματα μπορούν να εμφανιστούν σε μια επιχείρηση με δύο τρόπους:

1. Διαδικασίες που προκαλούν περιττή δουλειά για τους πωλητές και
2. Παρενέργειες για κάποιον άλλο εργαζόμενο ή τμήμα που απορρέουν από μια διαδικασία ή ενέργεια ενός πωλητή.

Και στις δύο περιπτώσεις, το πρόβλημα προκαλεί άσκοπα έξοδα και μείωση της παραγωγικότητας για την επιχείρηση και τους υπαλλήλους που εμπλέκονται.

Ένα τέτοιο πρόβλημα μπορεί να δημιουργηθεί για διάφορους λόγους κατά τη διάρκεια μιας τυπικής μέρας ενός πωλητή. Ας εξετάσουμε κάποια συχνά προβλήματα που σχετίζονται με τον ρόλο των Πωλήσεων και πώς το CRM μπορεί να λύσει αυτά τα προβλήματα.

» Πρόβλημα Πώς να διαχειριστώ τις νέες ευκαιρίες;

Οι άνθρωποι των Πωλήσεων συνήθως μισούν να συνθέτουν τις εβδομαδιαίες, συχνά ημερήσιες, αναφορές σχετικά με το σύνολο των ευκαιριών τους. Πόσες φορές σας έτυχε να αλλάζετε «με το χέρι» από την αρχή την λίστα των πιθανών πελατών σας πριν ή μετά από κάθε σας συνάντηση; Αυτή η ευθύνη είναι μια επίπονη διαδικασία στην οποία οι υπεύθυνοι των πωλήσεων πρέπει να ξοδεύουν πάρα πολύ χρόνο. Κατά συνέπεια, πολύς χρόνος αναλώνεται στην επανεξέταση σημειώσεων και πληροφοριών που αφορούν σε ατομικές πωλήσεις κλπ. Αυτό το πρόβλημα είναι κοινό και για το διοικητικό επίπεδο. Το να κανονίζεις συχνές συναντήσεις για να ελέγξεις και να εξετάζεις τις ευκαιρίες κάθε πωλητή με σκοπό τη δημιουργία ρεαλιστικών αναφορών ευκαιριών είναι μια εξαντλητική διαδικασία.

» Λύση Το CRM μπορεί να βοηθήσει:

Σε μία καλά σχεδιασμένη λύση CRM, οι αναφορές δημιουργούνται σε πραγματικό χρόνο επιτρέποντας στους managers να έχουν άμεση εικόνα των πιθανών πελατών, ευκαιριών και κλεισμένων συμφωνιών από τον δικό τους υπολογιστή. Αυτά τα διαγράμματα και οι γραφικές παραστάσεις μπορούν να εξετάζονται εις βάθος για συγκεκριμένη ευκαιρία. Για παράδειγμα, ο Υπεύθυνος Πωλήσεων χρειάζεται μία αναφορά για τα προσδοκώμενα έσοδα του μήνα Αύγουστου. Χρησιμοποιώντας το CRM έχει πρόσβαση σε προσωπικό portal και σε γραφικές παραστάσεις που απεικονίζουν τα έσοδα κατά περιοχή και/ή κατά πωλήτη για κάθε ένα από τους εναπομείναντες μήνες του χρόνου, σε πραγματικό χρόνο. Επιπλέον, ο Υπεύθυνος Πωλήσεων μπορεί να εξαγάγει μια λεπτομερή αναφορά σχετικά με τα στάδια κάθε ευκαιρίας και την πιθανότητα κλεισίματος. Και όλα αυτά μπορούν να γίνουν χωρίς να απαιτείται συνάντηση και χωρίς να χρειάζεται οι πωλητές να δημιουργήσουν οι ίδιοι αναφορές. Έτσι, ο Υπεύθυνος και η ομάδα Πωλήσεων εξοικονομούν χρόνο και κόπο. Επίσης, όλοι έχουν άμεση πρόσβαση στις προσωπικές πληροφορίες τους και έτσι, αποκτούν καλύτερη εικόνα των ευκαιριών που διαχειρίζονται.



Παρακολούθηση Ευκαιριών

The screenshot displays the CRM interface for a sales opportunity. The main content area shows the following details:

Πληροφορίες Ευκαιρίας	Κατάσταση	Ένταση
Όνομα: TECH-CONSTRUCTIONS - Νέος Γεωδαιτικός Μ3	Κατάσταση: Ένταση	Ένταση: 100%
Αναγραφικός: TECH-CONSTRUCTIONS ΑΤΕΕ [2103839292,2103839293,2103839294,2103839295]	Πιθανότητα: 100%	Τελικό Ποσό: 8.820€
Εταιρεία: Καλαμάκι Νέος	Κέρδος: 0€	Προσδοκώμενο Έξοδος: 8.820€
Υπόψη: Υπάρχοντες Πλάτη/Θέα Προϊόν		
Προσέθετε από: ΠΜ, Ημ/νία Εκκλιμάτωσης: 19/09/06		
Επιπλέον πληροφορίες: Λόγος που χάθηκε		
Υπεύθυνος: Κοσμάκης Πέτρος Ελλαδί		

Additional interface elements include a navigation menu at the top (Παράσταση, Πωλήσεις, Υποστήριξη, Αναφορές, Προβλήματα), a search bar, and a sidebar with various action buttons like 'Αναζήτηση', 'Ευκαιρίες', and 'Προσβολή Ευκαιρίας...'. The bottom status bar shows 'Αναγγελία', 'Χρήσιμος', 'Κατάσταση', 'Παραμονή στην κατάσταση', 'Ποσό', and 'Κέρδος Πιθανή/ετήσια'.

» Πρόβλημα Πώς μπορώ να συγκεντρώνω όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τους πιθανούς πελάτες μου και να ενεργώ με το σωστό τρόπο στη σωστή στιγμή;

Στην πράξη κάθε επαγγελματίας πωλητής θα σας πει ότι οι έγκαιρες και σωστές ενέργειες προς τους

πιθανούς πελάτες είναι ένα κρίσιμο συστατικό για να κλείσουν περισσότερες υποθέσεις. Παρόλαυτα, θα σας πουν επίσης ότι είναι συχνά το πιο παραμελημένο συστατικό της διαδικασίας πώλησης. Είναι πολύ εύκολο για έναν πωλητή να χαθεί στις αμέτρητες πιθανές ευκαιρίες («ζεστές» ή «κρύες») και να ξεχάσει την έγκαιρη ακολουθία ενεργειών και την επαναλαμβανόμενη επαφή. Αυτό είναι ένα πρόβλημα που δυσκολεύει τη διαδικασία συγκέντρωσης όλης της σχετικής πληροφορίας για τους υποψήφιους πελάτες. Κατά συνέπεια, προκαλούνται λάθη και χαμένες ευκαιρίες που κοστίζουν χρήματα και νέους πελάτες στην εταιρεία.

» Λύση Το CRM μπορεί να βοηθήσει:

Υπάρχουν απλοί τρόποι που σας βοηθούν να διαχειρίζεστε τις επαφές σας και σας υπενθυμίζουν απλά τα τηλεφωνήματα που πρέπει να κάνετε. Παρολαυτά, ένα πραγματικό CRM σύστημα διαθέτει ενσωματωμένη λειτουργία που μπορεί να ενεργοποιηθεί και να στέλνει επικοινωνιακά μηνύματα σε τακτά χρονικά διαστήματα στους πιθανούς πελάτες και στόχους που είναι καταχωρημένοι στο σύστημα.

Για παράδειγμα, εάν υπάρχει ένας πιθανός πελάτης που ενδιαφέρεται για το προϊόν Α και μετά την πρώτη επαφή σας λέει ότι θα είναι σε θέση να το αγοράσει το επόμενο τετράμηνο, με το CRM μπορείτε απλά να αποστέλλεται αυτόματα ενημερωτικό υλικό για το προϊόν Α για τους επόμενους 3 μήνες. Αυτή η στοχευμένη μετάδοση πληροφοριών μπορεί να περιλαμβάνει αναδημοσιευμένα άρθρα για το προϊόν, φυλλάδια, case studies, προσωπικές απόψεις άλλων χρηστών του προϊόντος και άλλα βοηθητικά έγγραφα. Το CRM διαχειρίζεται όλη τη διαδικασία της συνεχούς επικοινωνίας μέσω e-mail για να σας βοηθήσει να έχετε πάντα τα προϊόντα σας στην σκέψη των πιθανών πελατών σας. Επίσης, το CRM σας ενημερώνει όταν χρειάζεται να καλέσετε πάλι τον πιθανό πελάτη για να προχωρήσει η διαδικασία της πώλησης στο επόμενο βήμα. Τέλος, μπορείτε να κρατάτε σημειώσεις για κάθε συνομιλία με τον υποψήφιο πελάτη, ώστε να θυμάστε ανά πάσα στιγμή τις λεπτομέρειες και τις δυσκολίες που πρέπει να αντιμετωπίσετε.

» Πρόβλημα Πώς μπορώ να δημιουργώ εύκολα και γρήγορα αναφορές και προσφορές;

Δεν είναι εύκολο να φτάσετε στο στάδιο της προσφοράς με έναν πελάτη, αλλά εφόσον φτάσετε, η δημιουργία των αναφορών και προσφορών είναι μια δύσκολη και χρονοβόρα διαδικασία. Πολλοί πωλητές ομολογούν ότι το να δημιουργήσεις μία αναφορά ή μία προσφορά που να περιλαμβάνει όλα τα

απαραίτητα στοιχεία μιας πώλησης μπορεί να απαιτεί περισσότερο χρόνο απ' όσο θα έπρεπε. Αυτό είναι δυσάρεστο για κάθε πωλητή που επιθυμεί να κλείσει άμεσα συμφωνία με κάθε «ζεστό» πελάτη. Σε αυτό το στάδιο του κύκλου της πώλησης, η ταχύτητα και η ακρίβεια είναι ζητήματα ζωτικής σημασίας.



Ενδεικτική Αναφορά

LABOR SCIENCE A.E.	Φαρμακευτικές & Ιατρικές Εξοπλισμός	12/07/06	16:30	18:30
ΚΟΖΜΙΑΝΗΣ ΠΕΤΡΟΣ & ΣΙΑ ΟΕ	Φαρμακευτικές & Ιατρικές Εξοπλισμός	07/09/06	12:00	13:30
Πολύ : ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ (30)				
ΠΑΠΟΥΛΗΣ Α. Γ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.	Φαρμακευτικές & Ιατρικές Εξοπλισμός	05/04/06	15:30	17:30
BASIS TOTAL COMMUNICATION	Διαφήμιση & Media	17/04/06	16:00	18:00
ΠΟΛΑΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ & ΣΙΑ Ε.Ε. "NORTHMED"	Φαρμακευτικές & Ιατρικές Εξοπλισμός	19/04/06	12:00	13:30
ADV KIBIAKOLY VITHREIΣΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	Διαφήμιση & Media	26/04/06	19:30	21:30
ORTHOMED ΟΠΤΙΚΑ & ΙΑΤΡΙΚΑ ΕΙΔΗ	Φαρμακευτικές & Ιατρικές Εξοπλισμός	03/05/06	09:00	11:00
ΠΟΛΑΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ & ΣΙΑ Ε.Ε. "NORTHMED"	Φαρμακευτικές & Ιατρικές Εξοπλισμός	08/05/06	13:30	15:30
ADV KIBIAKOLY VITHREIΣΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	Διαφήμιση & Media	09/05/06	18:00	20:00
MEDISYS	Φαρμακευτικές & Ιατρικές Εξοπλισμός	10/05/06	10:00	10:15
DOBMED HELLAS O.E. ΠΥΛΟΠΟΥΛΟΣ Α. - Π. ΚΟΝΙΔΑΝΤΙΝΟΥ	Φαρμακευτικές & Ιατρικές Εξοπλισμός	10/05/06	15:00	17:00
IONPLUS ΣΤΕΦ. ΚΚΟΝΤΟΠΕΡΙΣΣΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.	Φαρμακευτικές & Ιατρικές Εξοπλισμός	12/05/06	13:30	15:30
O. MEDICA	Φαρμακευτικές & Ιατρικές Εξοπλισμός	15/05/06	10:00	12:00

Τα δεδομένα εμφανίζονται ομαδοποιημένα όπως ορίζει ο δημιουργός της Αναφοράς και κάθε φορά ανανεώνονται αυτόματα μόλις προστίθεται ένα νέο ανάλογο στοιχείο !!!

» Λύση Το CRM μπορεί να βοηθήσει:

Μία εφαρμογή CRM, όπως το WebCRM, μπορεί να δημιουργήσει περίπλοκες αναφορές και προτάσεις σε λίγα λεπτά. Αυτά τα έγγραφα μπορούν να συνδεθούν με τα στοιχεία κάθε ευκαιρίας στο σύστημα. Ως αποτέλεσμα, η ομάδα Πωλήσεων θα είναι σε θέση να παράγει καινούριες αναφορές και προτάσεις, να αντιγράφει υπάρχουσες ή να εισάγει τιμές από οποιοδήποτε εργαλείο σύνθεσης προϊόντων που παρέχει πληροφορίες σε μορφή κειμένου. Το πρόβλημα εξαλείφεται κάνοντας τη δημιουργία της προσφοράς στιγμιαία. Το συγκριτικό πλεονέκτημα είναι προφανές όταν πλειοδοτείτε σε περιπτώσεις όπου η ταχύτητα είναι σημαντική για να διαφέρετε από τους ανταγωνιστές σας.

» Πρόβλημα Πώς θέτω σωστές προτεραιότητες;

Πολύ συχνά οι Υπεύθυνοι των Πωλήσεων αφιερώνουν πολύ χρόνο σε υποψήφιους πελάτες που δεν

έχουν καμία πιθανότητα να κλείσουν και αντίθετα, λίγο χρόνο σε αυτούς που θα μπορούσαν να φέρουν σημαντικά έσοδα. Η πιστοποίηση και κυρίως, η ταξινόμηση των πιθανών πελατών είναι πολύ σημαντική και μπορεί να βοηθήσει έναν πωλητή να παρακολουθεί ποιες ευκαιρίες προχωρούν και ποιες όχι.

» Λύσεις Το CRM μπορεί να βοηθήσει:

Μία εφαρμογή CRM μπορεί να παρέχει ουσιαστική πληροφορία για την κατάσταση κάθε πιθανού πελάτη. Δεν είναι απλά καταγραφή καλών σημειώσεων. Μία λύση CRM προσφέρει στάδια μέσα στον κύκλο πώλησης τα οποία οι Υπεύθυνοι Πωλήσεων μπορούν να χρησιμοποιούν για να παρακολουθούν μία ευκαιρία. Εφόσον όλες οι ευκαιρίες χαρακτηρίζονται με συγκεκριμένο τρόπο, είναι πολύ εύκολο να τεθούν και οι σωστές προτεραιότητες με βάση το πόσο κοντά στο «κλείσιμο» είναι κάθε περίπτωση. Αυτή η ταξινόμηση βοηθάει τον πωλητή να έχει ένα κοινό σημείο αναφοράς για κάθε πιθανό πελάτη και να επικοινωνεί την κατάστασή όλων των ευκαιριών στους υπόλοιπους ενδιαφερόμενους. Το CRM καθιστά τους πωλητές ικανούς να θέτουν προτεραιότητες και να μικραίνουν τον κύκλο πώλησης.



Παρακολούθηση Στόχων Πωλητών

Περίοδος	Στόχος (Αξία€)	Κινημένα (Αξία€)	Διαμεμμένα	Εμμένον Αξία	Αριθμός Τιμή
Τρίμηνο 1 2006	30.000,00	76.000,00	76.000,00	123.000,00	47.000,00
Τρίμηνο 2 2006	30.000,00	203.645,52	259.645,52	259.645,52	61.396,39
Τρίμηνο 3 2006	30.000,00	71.861,80	71.861,80	71.861,80	0,00
Τρίμηνο 4 2006	30.000,00	553.211,08	553.211,08	553.211,08	2.036,48

Παρακολουθούμε εύκολα και άμεσα την επίτευξη των Στόχων με δείκτες ώστε να μπορούμε να κάνουμε πρόβλεψη πιθανού τζίρου για τα επόμενα τρίμηνα, τετράμηνα, εξάμηνα κτλ! Και που πρέπει να δώσουμε μεγαλύτερη σημασία.

» Πρόβλημα **Πώς μπορώ να βελτιώσω την εσωτερική επικοινωνία στην επιχείρησή;**

Η έλλειψη πληροφόρησης είναι ίσως το πιο παραμελημένο αλλά συγχρόνως σοβαρό πρόβλημα που αντιμετωπίζει σε καθημερινή βάση ένας πωλητής. Φανταστείτε την περίπτωση όπου ένας πωλητής επικοινωνεί με κάποιον υπάρχοντα πελάτη στην προσπάθειά του να ενθαρρύνει μια περαιτέρω πώληση. Παρολαυτά, χωρίς να γνωρίζει το ιστορικό του πελάτη είναι πιθανόν να βρεθεί σε δυσάρεστη κατάσταση. Για παράδειγμα, ένας πελάτης μπορεί να αντιμετωπίσει πρόσφατα κάποιο πρόβλημα υποστήριξης. Επίσης, είναι πιθανόν να υπάρχουν και άλλα ζητήματα που να μειώνουν την πιθανότητα μιας επιπρόσθετης αγοράς. Το πρόβλημα πηγάζει από την έλλειψη πληροφόρησης που προκάλεσε ολίσθημα στη διαδικασία πώλησης. Το αποτέλεσμα; Ένας θυμωμένος πελάτης και μία ανεπιτυχή προσπάθεια πώλησης που σπατάλησε χρόνο.

» Λύσεις **Το CRM μπορεί να βοηθήσει:**

Σε αυτό το σενάριο, η εφαρμογή CRM θα επέτρεπε στον Υπεύθυνο Πωλητή να δει τις πληροφορίες σχετικά με το ιστορικό του πελάτη ΠΡΙΝ επικοινωνήσει μαζί του. Το CRM διατηρεί αναλυτικές και κατανοητές πληροφορίες στον φάκελο του κάθε πελάτη. Εάν ένας πελάτης καλέσει το Τμήμα Εξυπηρέτησης ή Υποστήριξης για οποιοδήποτε ζήτημα σχετικά με ένα προϊόν, ο εκπρόσωπος μπορεί να καταχωρήσει τις λεπτομέρειες του τηλεφωνήματος. Έτσι, κάθε ενδιαφερόμενος μέσα στην εταιρεία μπορεί να έχει πρόσβαση σε αυτήν την λεπτομερή πληροφόρηση σχετικά με το ιστορικό του πελάτη.

» Πρόβλημα **Πώς μπορώ να εξασφαλίσω «καλούς» πιθανούς πελάτες;**

Η δημιουργία νέων πιθανών πελατών είναι ίσως μία από τις πιο δύσκολες διαδικασίες για έναν Υπεύθυνο Πωλήσεων. Σε πολλές περιπτώσεις το Τμήμα Πωλήσεων έχει υποστήριξη από το Τμήμα Μάρκετινγκ της επιχείρησης, όμως η αυτοματοποίηση της διαδικασίας μπορεί να επιταχύνει τη δημιουργία των ευκαιριών και να διευκολύνει τις μετέπειτα ενέργειες προσέγγισης. Έτσι, το πρόβλημα εξαλείφεται και ο Υπεύθυνος Πωλήσεων δε νιώθει αποκομμένος από τη διαδικασία δημιουργίας νέων ευκαιριών.

» Λύσεις Το CRM μπορεί να βοηθήσει:

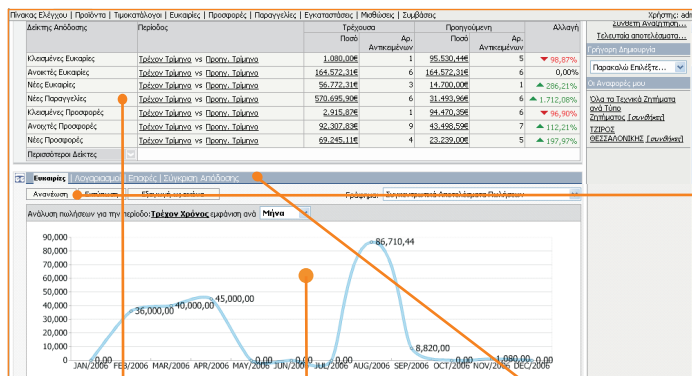
Ένα σύστημα CRM παρέχει άμεση συγκέντρωση των νέων ευκαιριών από πολλαπλές πηγές. Αυτή η διαδικασία είναι αυτοματοποιημένη και προσφέρει στον Υπεύθυνο Πωλήσεων σημαντικές πληροφορίες για την πηγή της ευκαιρίας και τον χρόνο δημιουργίας της. Μπορείτε άμεσα και αποτελεσματικά να συγκεντρώνεται τις νέες πιθανές ευκαιρίες που προκύπτουν από διάφορα μέσα που χρησιμοποιεί η επιχείρησή σας (website, events, διαφημιστικές καμπάνιες κ.τ.λ.)

Όλες αυτές οι λειτουργίες του συστήματος CRM βοηθούν τους πωλητές να αποκτούν ευκαιρίες γρηγορότερα και να αντιδρούν σε αυτές άμεσα. Και το κυριότερο, να συγκεντρώνουν και να οργανώνουν αποτελεσματικότερα το σύνολο των υποψηφίων πελατών και να τους καταλέγουν κατάλληλα.

Όλα αυτά μπορούν να εφαρμοστούν σε στοχευμένες πρωτοβουλίες Marketing και Πωλήσεων. Τα πλεονεκτήματα είναι ατελείωτα. Κάθε υπεύθυνος Marketing ή Πωλήσεων μπορεί να παράγει αναφορές για πλήθος δραστηριοτήτων ή να έχει πρόσβαση στο ιστορικό αγοράς οποιουδήποτε πελάτη μέσω του CRM. Μόλις δημιουργηθεί η επιθυμητή αναφορά, οι πωλητές μπορούν να στοχεύσουν σε πελάτες που έχουν αγοράσει ένα συγκεκριμένο προϊόν και να επιχειρήσουν να πουλήσουν ένα σχετιζόμενο προϊόν (cross-selling). Η απαραίτητη πληροφορία είναι πάντα διαθέσιμη οποτεδήποτε την χρειαστούν τα άτομα των Πωλήσεων αλλά και οι άμεσα ενδιαφερόμενοι σε όλα τα τμήματα μιας επιχείρησης. Μια εφαρμογή CRM είναι πολύτιμο εργαλείο που βελτιώνει την εσωτερική επικοινωνία και ενθαρρύνει την συνεχή επαφή με τον πελάτη.



Συγκεντρωτικός Πίνακας Ελέγχου Πωλήσεων ανά Πωλητή



Σύγκριση Απόδοσης Πωλητή ανά Χρονική Περίοδο

Γραφική Αναπαράσταση Συγκεντρωτικών Πωλήσεων ανά Πωλητή ανά Περίοδο (μήνα, Τρίμηνο, Εξάμηνο, Έτος).

Σύγκριση Απόδοσης Πωλητών ανά Χρονική Περίοδο

Εμφάνιση Γραφήματος για τα ποσοστά αναλογίας Πελατών/Επαφών βάσει Τύπου/Τομέα Δραστηριότητας/Αξιολόγησης κτλ.

» Περίληψη

Στο σύγχρονο επιχειρησιακό περιβάλλον, οι πωλήσεις αποτελούν την μεγαλύτερη πρόκληση από ποτέ. Το CRM είναι το κλειδί που μπορεί να βοηθήσει μία επιχείρηση να κερδίσει το μέγιστο από τους υπάρχοντες πελάτες και να βρει ακόμη περισσότερους νέους. Στις μέρες μας, περισσότερο από ποτέ, το να διατηρείς τους πελάτες σου και να αποκτάς νέους είναι ο ύψιστος στόχος για να παραμείνεις ανταγωνιστικός και να διατηρηθείς στην αγορά. Μια λύση CRM μπορεί να παρέχει ευρεία πρόσβαση σε ζωτικές πληροφορίες προς όλη την επιχείρηση. Στην περίπτωση των Υπευθύνων των Πωλήσεων, μπορεί να προσφέρει σαφή και απλά μέσα για το συντονισμό και την παρακολούθηση των πιθανών πελατών, «ζεστών» και «κρύων», αλλά και των υπαρχόντων.

Αποτέλεσμα; Αύξηση των πωλήσεων, αύξηση της κερδοφορίας και βελτιστοποίηση της ικανοποίησης των πελατών σας!

Η επιλογή της σωστής λύσης CRM είναι σημαντικότερη διαδικασία. Ο καθορισμός των λύσεων που θα εξεταστούν είναι εξίσου σημαντικός, έχοντας πάντα ως στόχο την κάλυψη των ιδιαίτερων αναγκών της επιχείρησής σας.

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα συστήματα CRM επικοινωνήστε με την Interworks στο 2310688186-7.