

مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی & نرم افزار CRM

تعریف CRM

به تمامی فرآیندها و فناوری هایی گفته می شود که سازمان برای شناسایی، گسترش، ترغیب، حفظ و خدمت به مشتری به کار می گیرد. از جهت دیگر می توان آن را یک عنصر عریض محاوره ای دانست که مراحل کلیدی کسب مشتری، حفظ مشتری و توسعه مشتری و تمایز مشتری را شامل می شود. که حفظ مشتری مهمترین عنصر است به دلیل اینکه حفظ مشتری موجود حدود پنج برابر ارزان تر از کسب مشتری جدید می باشد.



تعریف eCRM

مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی یک استراتژی بازاریابی، فروش و خدمات الکترونیکی یکپارچه است که در شناسایی، به دست آوردن و نگهداری مشتریان که بزرگترین سرمایه شرکت ها می باشند نقش دارد. مدیریت روابط با مشتریان الکترونیکی حاصل یکی از تغییرات بنیادین در باورها و پارادایم های تجاری می باشد و آن تغییر رویکرد سازمان ها از روابط انبوه و کلی با گروه های گوناگون مشتریان به روابط تک تک و مجازی با آنها از راه فناوری اطلاعات و ارتباطات است. در حقیقت راهبرد تجاری است که به سمت افزایش حجم مبادله های تجاری شرکت پیش می رود. مدیریت روابط مشتریان الکترونیکی نتیجه کاربرد وب و اینترنت به موجب تسهیل، پیاده سازی و کارایی سیستم های نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتری است.

تفاوت CRM و eCRM

CRM نرم افزار است برای مشتری یابی و رفتار با مشتری که با توجه به نیاز روز ساخته و پرداخته شده است و به صورت فزاینده ای شرکت ها به سمت استفاده از آن سوق یافته اند و در واقع CRM و eCRM هر دو یک هدف را دنبال می کنند.

- اهداف مدیریت ارتباط با مشتریان الکترونیکی
- قرار دادن مشتریان در رأس امور
- حرکت از محصول گرایی به سمت



مشتری گرایی

- به وجود آوردن فرآیندهای کسب و کار کارآمد
- بهره برداری از تکنولوژی
- نوآوری، کیفیت، بهره وری در فرآیندهای کسب و کار
- بهتر شدن خرید و فروش
- سودآوری

انواع مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی

- eCRM عملیاتی
- eCRM تحلیلی

مدیریت ارتباط با مشتری و وفاداری مشتری

تعریف مشتری

مهمترین عامل در هدف گذاری فعالیت و تلاش بهبود کیفیت می باشد به عبارت دیگر مشتری شخصی است که کالا و خدمات یک سازمان را خریداری می نماید. مشتریان به دو گروه تقسیم می شوند

1. درون سازمانی
2. برون سازمانی

مراحل حفظ و جذب مشتری

1. حفظ مشتریان موجود
2. جذب مشتریان از دست رفته
3. جذب مشتریان جدید
4. جذب مشتریان رقبا

5. ارائه خدمات مکمل در جهت حفظ مشتریان

تعریف رضایت مشتری

رضایت مشتری احساس مثبتی می باشد که در فرد پس از استفاده از کالا یا دریافت خدمتی ایجاد می شود. اگر کالا و خدمتی که دریافت می شود از جانب مشتری هم سطح انتظارات او ارزیابی شود در او احساس رضایت بوجود می آید. و در صورتی که سطح خدمات و کالا بالاتر از سطح انتظارات مشتری باشد باعث ذوق زدگی مشتری و سطح پایین تر خدمت و کالا نسبت به انتظارات منجر به نارضایتی مشتری می شود.

فرمول رضایت مشتری

درک مشتری از خدمات ارائه شده + انتظارات مشتری = رضایتمندی مشتری

تأثیر رضایت مشتری

- رضایت مشتری از سه روش باعث افزایش درآمد و سود عرضه کننده خواهد شد.
- 1- خرید مکرر مشتری راضی در رابطه با کالاهای روزمه
 - 2- خرید کالای جدید از جانب مشتری راضی با صرف کمترین هزینه تبلیغات
 - 3- فروش کالا به مشتریان جدیدی که توسط مشتریان راضی به کالا تمایل پیدا کرده اند.



عوامل جلب رضایت مشتری

- کیفیت
- کارکرد
- تحویل به موقع
- مدیریت ارتباط با مشتری

مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) استراتژی افزایش فروش، کاهش هزینه ها و افزایش سود به وسیله برقرار کردن روابط پایدار با مشتری می باشد. مدیریت روابط مشتری چیست ؟ مدیریت ارتباط با مشتری با مسائلی مانند جلب مشتری و افزایش و نگهداری مشتریان راضی و وفادار به منظور افزایش سود آوری سرو کار دارد.