

7 بزرگترین مزیت نرم افزار CRM در سال 2019

مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) به سرعت از یک قطعه ارزشمند نرم افزاری به یک تابع اصلی شرکت بدون توجه به اندازه یا مدل کسب و کار تکامل یافته است.

چرا استفاده از نرم افزار CRM؟

دلیلی ساده است: کسب و کارها توسط مشتریان خود زندگی می کنند و می میرند و افزایش فعالیت دیجیتال به این معنی است که داده های فراوانی برای استفاده بهتر از آنچه که مشتریان می خواهند و آنچه نیاز دارند استفاده می شود.



IT نرم افزار CRM

با این حال، دشوار است دقیقاً چگونه یک راه حل پیچیده مانند نرم افزار CRM سازمانی می تواند منافع ملموس را به خط پایین ارائه دهد. به همین منظور، ITBE این هفت مزیت کلیدی CRM را شناسایی کرده است.

مزایای بالا از نرم افزار CRM

افزایش فروش

تقدیر نیازها و خواسته های مشتریان هدف اصلی هر کسب و کار است. نرم افزار CRM جمع آوری و تجزیه و تحلیل مجموعه داده های عظیم که توسط کانال های فروش آنلاین و آجر و ملات تولید می شود، برای جمع آوری اطلاعاتی که مشتریان می خواهند در حال حاضر و در آینده باشد. بر خلاف روش های سنتی که مشتریان را به عنوان گروه های کلان درمان می کنند، CRM قادر به انجام این کار بر اساس یک فرد بسیار گرانبها و حتی فردی است و به تیم های فروش اجازه می دهد دقیقا همان چیزی را که هر مشتری می خواهد بشناسد.

فرصت های بیشتر

نرم افزار CRM همچنین می تواند در توسعه محصولات جدید، کانال های فروش جدید، بازارهای جدید و شاید مدل های جدید کسب و کار جدید باشد. علاوه بر داده های داخلی، نرم افزار CRM می تواند طیف وسیعی از داده های خارجی / عمومی را به سرعت تشخیص روند خرید، جمعیت شناسی در حال ظهور، ناهنجاری های زنجیره تامین و تعدادی از عوامل دیگر که قبلا متوجه نشده یا آشکار شده اند، نگاه کنند. پس از این فرصت فروش به پایان رسیده است.

هزینه های پایین تر

با استفاده از نرم افزار CRM ردیابی و تجزیه و تحلیل مجموعه داده ها در زمان واقعی، سازمان ها کمتر وابسته به روش های سنتی تجزیه و تحلیل مصرف کننده می شوند. بسیاری از این رویکردها، مانند گروه های تمرکز، محصولات آزمایش و نظرسنجی، نه تنها گران هستند بلکه بسیار نادرست هستند CRM. از داده های واقعی از مشتریان واقعی استفاده میکند که هر دو تا به امروز و بسیار گرانول هستند.



رضایت مشتری بهبود یافته است

بزرگترین شکایتی که اکثر شرکت ها از مشتریان دریافت می کنند این است که آنها احساس نمی کنند نیازهای آنها مورد توجه قرار گرفته است. نرم افزار CRM می تواند به ایجاد ارتباط بسیار شخصی با مشتریان کمک کند، به این ترتیب سازمان ها می توانند به عنوان افراد به جای بازارهای عظیم رفتار کنند. در عین حال، داده های تولید شده توسط تعاملات نرم افزار CRM می تواند به سر و صدا کردن مسائل مربوط به محصول و پشتیبانی، منجر به سطح بالاتری از رضایت کلی.

انعطاف پذیری بیشتر

اقتصاد دیجیتال با نرخی فراتر از تجارت سنتی حرکت می کند و زمانی که ما وارد دوران اینترنت اشیا (IoT) و ارتباطات هوشمند ماشین به ماشین (M2M) می شویم، همه چیز شتاب می یابد. در این جهان، جستجوی محصولات و خدمات، بدون اشاره به خرید واقعی، در چشمک زدن اتفاق می افتد، که بدان

معنی است که تنها یک پلت فرم بازاریابی و فروش کاملاً دیجیتالی می تواند بر روی آنها سرمایه گذاری کند.

اقتصاد مقیاس

مشتریان بیشتر یک سازمان قادر به حمایت از کمترین هزینه هستند، بیشتر آن می تواند سود خود را از حاشیه های فزاینده تضعیف کند. اغلب در دنیای امروز، گذرگاه اضافی برای یک مشتری، یک چشم انداز از دست رفته است، مگر اینکه در معرض رسانه ها یا برخی از روش های دیگر بازگشت باشد. با استفاده از نرم افزار CRM، روابط شخصی می تواند با کمترین هزینه ایجاد و نگهداری شود، که نه تنها باعث افزایش وفاداری برند می شود، بلکه باعث بهبود فوری در خط پایین می شود.

بهبود عملکرد Back Office

اکثر نرم افزارهای CRM این روزها به عنوان بخشی از سوئیت های اداری یکپارچه اداری در دسترس هستند. این به شدت هزینه های عملیاتی کسب و کار مدرن را کاهش می دهد که عمدتاً شامل گرفتن یک بخش برای گزارش دادن اطلاعات به دیگران است که هر دو آنها می توانند درک کنند. با استفاده از یک نرم افزار CRM یکپارچه، ارقام فروش به صورت خودکار می توانند به منظور تامین مالی، بودجه، خرید، زنجیره تامین و تعدادی از فرایندهای دیگر به روز شوند، در حالی که فروش، فرصت های کانال و دیگر بخش های مهم داده را می توان به صورت خودکار، به ژنراتورهای مناسب درآمد.

پس از پیاده سازی، مزایای CRM به یک شرکت فردی بسیار متفاوت و متنوع می شود. سازمان های مستقیم به مصرف کننده (D2C) بدون شک مزایای عرضه غذا را در بازارهای بزرگ و متنوعی خواهند دید، در حالی که کسب و کار به کسب و کار (B2B) می تواند به منافع اغلب رقابتی که در سازمان های مشتریان خود وجود دارد تمرکز کند.

در پایان روز، توانایی به طور موثر مدیریت و تجزیه و تحلیل داده هایی که از کانال های فروش به طور فزاینده دیجیتالی به دست می آیند، همه ی تفاوت های اقتصادی جدید را ایجاد می کند. در حال حاضر حتی کوچکترین شرکت ها قادر به کار در مقیاس جهانی هستند، احتمالاً نرم افزار CRM نقش اصلی را در مدل کسب و کار نسل بعدی ایفا می کند.