



ÍGY SEGÍTI A JÓ CRM AZ ÉRTÉKESÍTÉST

Hogyan segít nagyobb profitot elérni cégünknek a CRM rendszer az értékesítési folyamat támogatásával? Milyen előnyei vannak a vezetők számára egy CRM rendszernek? Ezeket foglaljuk most össze röviden.

György István
ügyvezető igazgató
Dió-Szoftver Kft
www.diosoft.hu



nikus névjegykártya nyilvántartók működtek, legfőbb funkciójuk az volt, hogy az ügyfelek alapadatait kezelték. Napjainkban egy CRM rendszer összetett vállalati folyamatokat képes támogatni.

Ismerjük a vevőinket?

A cikk első részében foglalkoztuk azazal, hogy egy vállalat legfőbb értéke a vevőköre. A tulajdonosok, vezetők érdeke, hogy minden az ügyfelekkel kapcsolatos adatot és történést nyilván lehessen tartani. Ismert kereskedői magatartás, hogy a vevő az övé, ezért a birtokában lévő ismereteket mással nem osztja meg, távozása után pedig a vállalat elvesztheti a vevőjét. Egy jól bevezetett és használt CRM rendszerben minden ügyféladat nyilvántartható, és természetesen

Rendszeres riportok

A CRM rendszerből a vezetők akár napi rendszerességgel „egy gombnyomással” kérdezhetik le a működés hatékonyságának a mérésére szolgáló riportokat, mint például: a heti tárgyalások száma, a heti árbevétel és eredmény, kik a legsikeresebb üzletkötők, kik a legnagyobb vevők. Az értékesítési cső segítségével szemléletes összefoglalót kaphatunk a várható árbevételről, melynek birtokában pontosabb vállalati tervek készíthetők.

nemcsak a cím és elérhetőségi adatok, hanem a találkozók, telefonbeszélgetések témái, az árajánlatok, a szerződések, az ügyfeleknek átadott egyéb dokumentumok is.

Ne feledjük: a legolcsóbb a meglévő vevő, hiszen nem szükséges újabb és újabb marketing kampányokba fektetnünk pénzt, „csak” ismernünk kell őket és magas színvonalú szolgáltatást kell számukra nyújtunk. Ugyanakkor fontos azt is tudnunk, hogy melyek azok az ügyfelek, akikre sokat költünk, de kevés profitot vagy éppen veszteséget termelünk. Ezeket jobb, ha elfelejtjük!

Jobb és hatékonyabb működés

A CRM rendszer átláthatóvá és mérhetővé teszi a vállalat működését. A vezetők pontosan tudhatják, hogy az értékesítési munkatársak mivel töltik az idejüket, hány találkozójuk volt és azok milyen eredménnyel zárultak. A CRM rendszerben készülő árajánlatok ellenőrizhetőek és visszakereshetőek. Fontos, hogy személytől, vagy munkakörtől függő engedmény szintek állíthatóak be, így a kereskedő nem adhat az elvárt szerződéskötés érdekében túl magas kedvezményt.

Sorozatunk következő részében bemutatjuk, hogy támogatja a CRM rendszer a marketing folyamatot. ■