

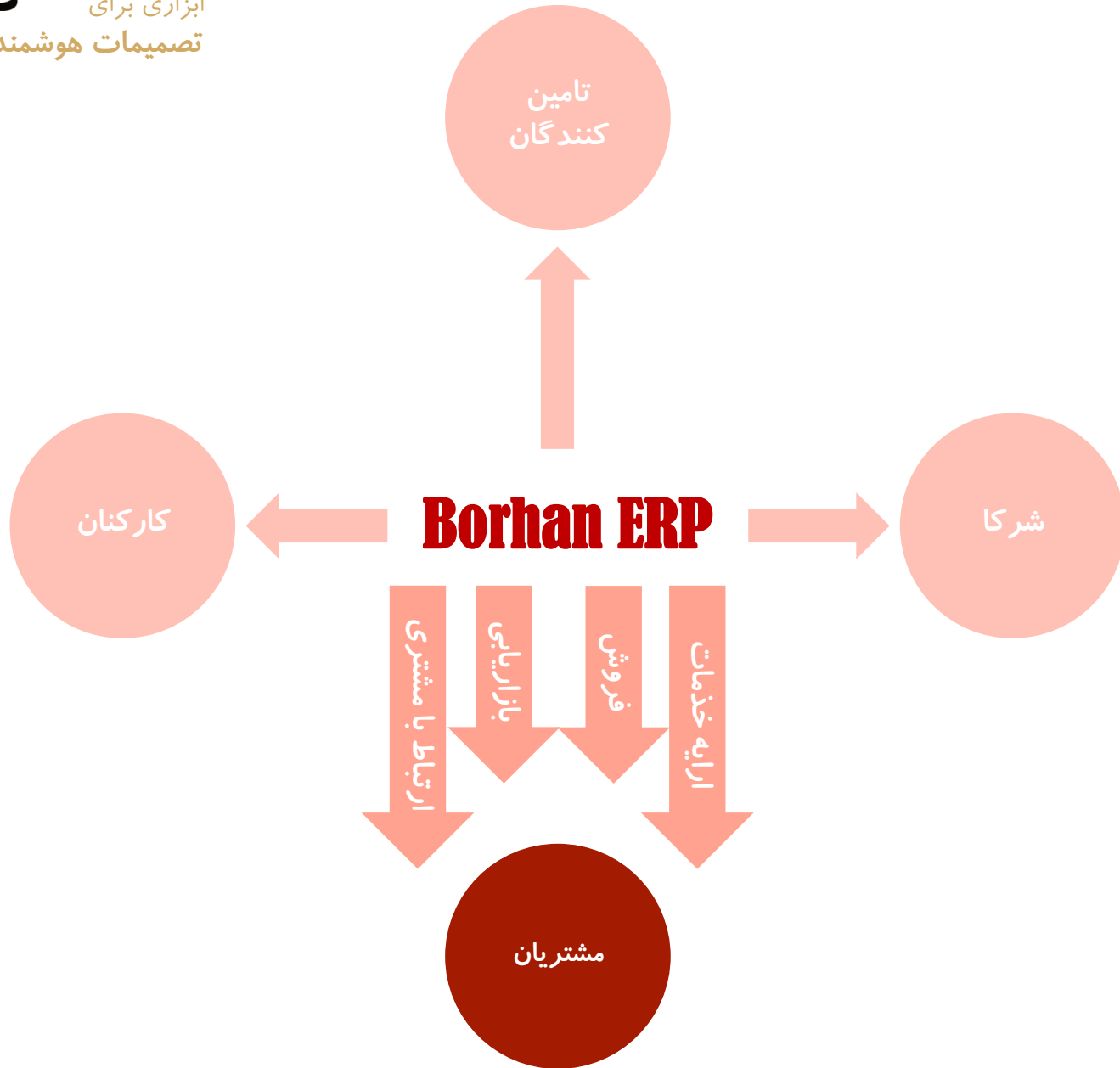
Customer relationship management

ارتباط با مشتری در سیستم های اطلاعاتی برهان

برهان نوین

مستند شماره ۲۱

ارتباط با مشتری



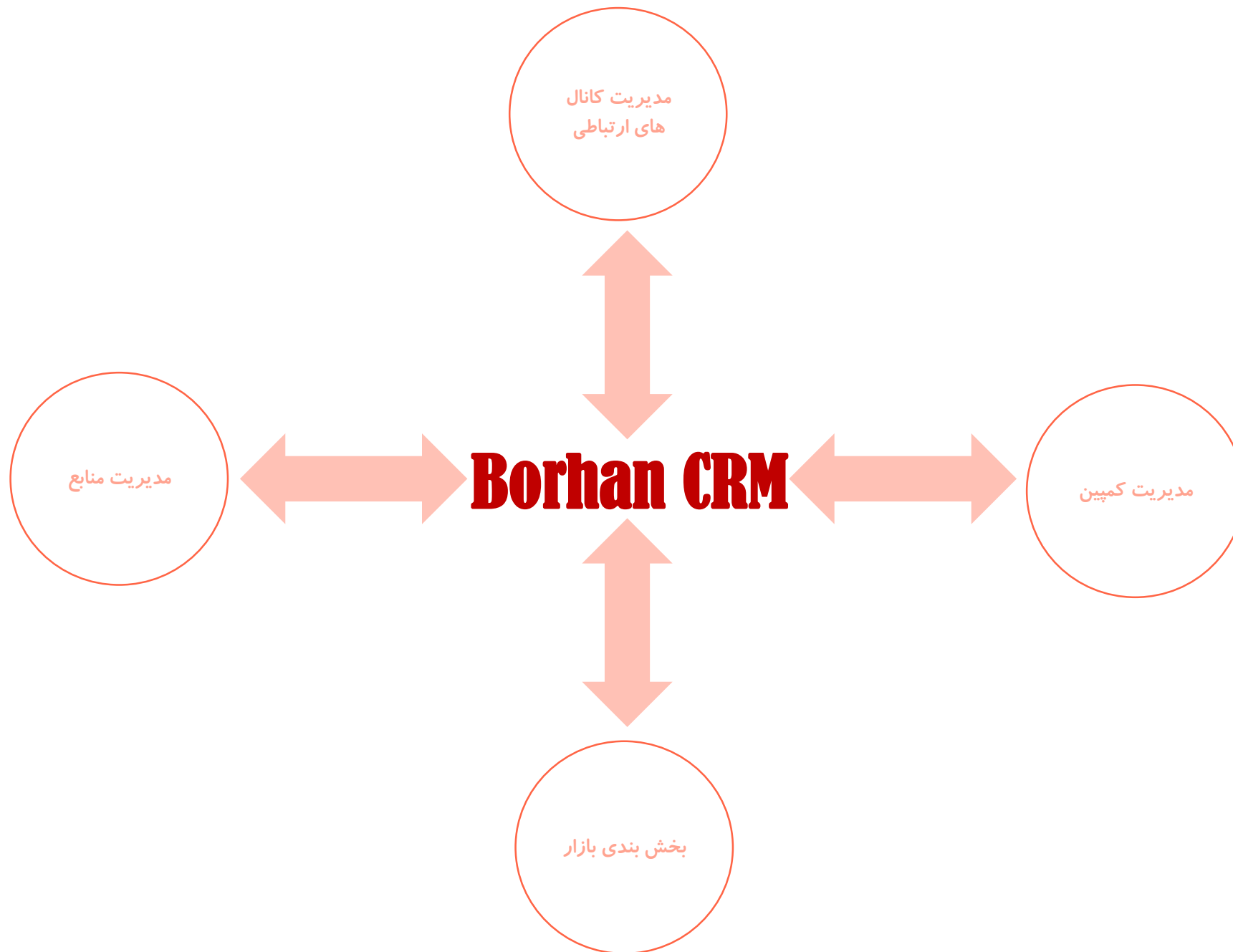
اگر به دنبال این می باشید که برای هر مشتری یک solution-provider باشید، ابزار ارتباط با مشتری برهان این فضا را در اختیار شما قرار می دهد.

اگر شما می خواهید محصولات یا خدماتتان را عرضه نمایید، مشتریان شما باید بدانند شما چه چیزی برای عرضه دارید.

بازاریابی به معنای انجام هر چیز یا هر کاری است برای اینکه مطمئن شویم مشتریان و بازار بالقوه شما از محصول شما آگاهی پیدا کنند.

ماژول ارتباط با مشتری برهان، با هدف پیگیری مذاکرات فروش طراحی شده است.

این ماژول بسیار مناسب برای کسب و کارهایی است که B2B می باشد.



فرایند تقسیم بازارها به زیرمجموعه‌های مشخص که در آنها، مشتریان دارای رفتارها و نیازهای یکسانی هستند.

- بخش بندی بازار
- منابع فروش
- کانال فروش
- مدیریت کمپین
- کار در دست
- گزارش مرور

نمونه هایی از بخش بندی بازار
 بر اساس محصول یا خدماتی که ارائه می شود
 بر اساس صنعت
 بر اساس متغیرهای جمعیت شناختی
 بر اساس متغیرهای جغرافیایی
 بر اساس حرفه
 بر اساس سبک زندگی
 بر اساس علایق

مشتری

انتقال به گروه جدید

برای گروه بندی بر اساس یک ستون

کد	عنوان
1	منطقه 1
2	منطقه 2
3	منطقه 3
4	منطقه 4
5	منطقه 5
6	منطقه 7
8	منطقه 8
9	منطقه 9
10	منطقه 10
11	منطقه 11
12	منطقه 12
13	منطقه 13
14	منطقه 14
15	منطقه 15
16	منطقه 16
17	منطقه 17
18	منطقه 18
19	منطقه 19
20	منطقه 20
21	منطقه 21
22	منطقه 22

کد	عنوان
985412816	مرزداران
985412817	فرمانیه
985412830	سعادت آباد
985412831	فرمانیه اذرنه
985412832	اشرفی اصفهانی
985412833	بلوار دریا خیابان رامین
985412834	درکه روبروی خانه معتمد
985412835	زعفرانیه خیابان بهزادی
985412836	ازگل کوچه نوبهار جنب پلاک 27
985412837	ازگلخیابان نوبهار بالاتر از چونکده موسی
985412838	لشگرک ک مهناب نیش گلستان 3 بابائی
985412823	دزاشیب موسیوند ک طویابی ک جواد ب 2 مولایی
985412824	دزاشیب موسیوند ک لطیفی بن بست هستی ظفری
985412825	ولیعصر ک نیکویی ب 6 عنبرستانی
985412826	خیابان باهنر ک تهران رامین صادقی
985412840	جنت آباد م چهارباغ خ چهارباغ شرقی ک وکیلی ب 2 حسینی
985412841	مرزداران خ بلوار دانش ک گلدیس 7 خ کمالوک گلدیس 8 ب 1 ابراهیمی
985412842	مرزداران خ اطاعتی ک مهر 3 مهر 11 متری 2 بن بست اول کاظمی
985412843	اراج لنگری کوچه 17 شهریور پلاک 2 آقای مهندس تقوی
985412852	پاسداران خ پاسداران ک بوستان نهم ب 50 بختیاری
985412853	پاسداران حسین آباد م حسین آباد خ وفامیش ک مظفریان صادقی

منابع ارتباط با مشتری دو دسته می باشند:

منابع خارج از سازمان: این منابع می توانند کانال (بازوهای فروش) در خارج سازمان می باشند.
منابع درون سازمان: این منابع کانال (بازوهای فروش) درون سازمان می باشند.

علاوه بر این، به منابع فروش از طریق ابزارهایی مشخص اطلاع رسانی می شود. این ابزارها شامل: پیامک، ایمیل، نامه نگاری و یا می باشند.

این بخش در نرم افزار برهان از بخش های زیر تشکیل شده است:

کانال فروش: کانال فروش در سیستم ارتباط با مشتری ارتباط مستقیم با مراکز فروش در سیستم فروش دارد. هدف از ارزیابی این بخش شناسایی اثر بخشی منابع درون سازمانی می باشد.

منابع فروش: معرفی مشتریان در خارج از سازمان از روش های متفاوتی انجام می شود. سایت، معرفی دوستان و آشنایان، نمایشگاه ها، برگزاری همایش ها و انجام می شود. هدف از ارزیابی این بخش اندازه گیری اثربخشی منابع خارج از سازمان می باشد.

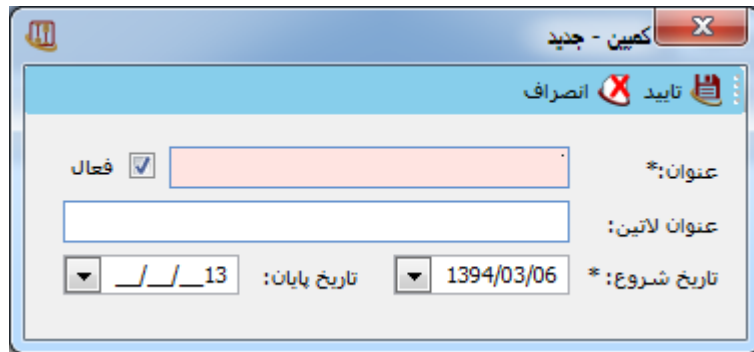
مشتری: در ارتباط با مشتری تاریخ های متفاوتی وجود دارد که هر یک نقشی متفاوت را بازی می کند. تاریخ معرفی مشتری، تاریخ اقدام به تماس به مشتری، تاریخ نخستین ملاقات یا ارسال مستندات معرفی برای مشتری، تاریخ ثبت نخستین پیش فاکتور و تاریخ صدور فاکتور.
هر یک از موارد فوق میزان عملکرد تیم های اجرایی را معرفی می کند.

کانال فروش	منابع درون سازمانی
منابع فروش	منابع برون سازمانی
تعریف مشتری	تعریف سرنخ

مدیریت کمپین

اطلاعات مشتریان شما به صورت روزمره در حال افزایش است. آن ها پیش از آنکه شما مطلبی را راجع به سازمان خود عنوان کنید نسبت به سازمان شما آگاهی دارند. در چنین محیطی شما باید بین سازمان خود و سایر سازمان ها تمایز قابل شوید. مدیریت کمپین ها به شما کمک می کند برای هر بخش از بازار متناسب با نیاز سازمان اقدامات موثر را برنامه ریزی و کنترل نمایید.

امکان ایجاد تعریف کمپین در بازه های زمانی، منجر به شناسایی اثر بخش فعالیت های بازاریابی، اطلاع رسانی و آرایه خدمات می شود. هر کمپینی در بازه ای زمانی محدود، تعریف می شود و متناسب با آن کمپین اقدام به تعریف کار در دست می گردد. کمپین ها در برهان دارای دو ماهیت می باشند: توسعه بازار و بازار جدید. در حالت توسعه بازار هدف افزایش سهم از بازار مشتری می باشد و در حالت بازار جدید هدف جلب تعداد بیشتری مشتری می باشد.

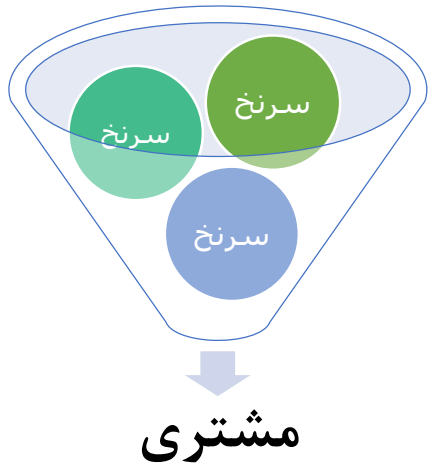


کمپین ها می توانند به شرح زیر تعریف شوند:

- کمپین جشنواره نوروزی
- کمپین برگزاری نمایشگاه
- کمپین بازاریابی
- کمپین خدمات پس از فروش
- کمپین توسعه محصول

آغاز فعالیت هر کمپین با برنامه ریزی آغاز می شود. دستاورد هر کمپین باید رسیدن به اهدافی خاص باشد. چرخه PDCA در گردش هر کمپین نقشی حیاتی جهت رسیدن به نتیجه ایفا می کند.

سرنخ و کار در دست



سرنخ

شروع هر فعالیتی در بازاریابی با تعریف سرنخ می باشد. در نخستین گام باید کاربران سرنخ های آغازین برای فروش را تعریف نمود. سرنخ تعریف شده با کانال فروش مورد نظر مرتبط می شود. در مازول ارتباط با مشتری برهان: آغاز گردش کار در دست، با تعریف سرنخ است.

توجه: به کار در دست های بدون جریان پیگیری سرنخ اطلاق می شود.

کانال فروش	تاریخ سند	شماره سند	کد مشتری	عنوان مشتری	تلفن مشتری	موبایل مشتری	آدرس مشتری

وضعیت	تاریخ ملاقات	تاریخ تماس بعدی	وضعیت بعدی

کاردر دست

متناسب با هر کمپین مشتریان مربوطه نمایش داده می شود. کار در دست ۳ لاین ادامه پیدا می کند:

- ✓ ثبت پیگیری مرتبط با اشخاص متفاوت در آن سازمان
- ✓ نکات مهم مرتبط با پیگیری آن مشتری
- ✓ پیگیری قرار ملاقات ها و جلسات در آن سازمان



پایان مستند شماره ۲۱

چنانچه تمایل به دریافت فایل های آموزشی برهان سیستم دارید، می توانید با آدرس ایمیل crmborhannovin@gmail.com مکاتبه نمایید.
وب سایت: www.businessemg.com

تلفن: ۰۳۸۸۸۶۱۴۴۳ داخلی ۳