

نقش نرم افزار CRM برای بهبود ارتباط با مشتریان و افزایش فروش، ویژگی های SarvCRM - دیجیاتو

واحد تبلیغات | سه شنبه، ۱۱ دی ۱۳۹۷

آیا به دنبال راهکاری برای قدرتمند تر کردن فرآیند فروش و بازاریابی خود هستید؟

آیا این دغدغه را دارید که مشتریان بالقوه ای که با صرف زمان و هزینه زیاد با شرکت شما مرتبط شده اند از طرف تیم فروش درست پیگیری می شوند یا خیر؟

آیا نگران هستید که درخواست های مشتریان در زمان مناسب پاسخ داده می شوند؟

آیا تا به حال به فکر استفاده از [نرم افزار CRM](#) مناسب برای پاسخ به این سوالات بوده اید؟

کارشناسان فروش شما روزانه با انبوهی از مشتریان مواجه هستند که هرکدام با توجه به نوع کسب و کار و خصوصیات اخلاقی فرد تصمیم گیر، استراتژی های متفاوتی برای برقراری ارتباط لازم دارند. بنابراین لازم است برای ارائه خدمات مناسب به این مشتریان مراحل زیر دنبال شود:

1. ثبت اطلاعات اولیه مربوط به مشتریان بالقوه و برنامه ریزی جهت پیگیری با آن ها

2. تعیین یک استراتژی مناسب با توجه به اطلاعاتی که از هر مشتری بالقوه در دست است

3. انجام پیگیری ها و فعالیت ها در فواصل منظم

4. ارائه خدمات به مشتریان متناسب با تعهدات ارائه شده در زمان فروش

5. حفظ ارتباط با مشتری به جهت نگهداری و افزایش همکاری

مدیریت آیتم های فوق در زمانی که با تعداد زیاد مشتریان و فعالیت های مرتبط با آنها مواجه می شویم دشوار می شود و اگر شرکت ها از ابزارها و سیستم ها اطلاعاتی برای مدیریت آنها استفاده نکنند، با دغدغه ها، سوالات و مشکلاتی مواجه می شوند که برخی از آنها را در ابتدا با هم مرور کردیم.

امروزه شرکت های پیش رو برای رفع مشکلات ذکر شده و خدمت رسانی بهتر به مشتریان از نرم

افزار CRM یا نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتری استفاده می کنند (برای آشنایی بیشتر می توانید لینک [CRM چیست](#) را مطالعه فرمایید). در این مقاله نیز قصد داریم SarvCRM را به عنوان نرم افزاری که برای مدیریت بازاریابی، فروش و خدمات پس از فروش در شرکت های ایرانی طراحی شده است معرفی کنیم.

موارد زیر بخشی از مزیت هایی است که [نرم افزار سی آر ام سرونو](#) می تواند برای کسب و کارها فراهم نماید:

1- قدم به قدم مشتریان را در فرایند فروش خود پیگیری کنید.

بخش مدیریت فروش های در دست به شما کمک می کند تا هیچ فروشی فراموش نشود. همواره مشاهده نمایید هر فرصت فروش شما در چه مرحله ای است و برای قدم بعد چه فعالیتی تعریف شده است.

همچنین می خواهید بدانید که هفته گذشته چه فروش هایی با موفقیت بسته شدند؟ عملکرد فروش چگونه بوده؟ چه فروش های جدیدی شروع شده است؟ کدام فروش ها از دست رفته اند؟ در صفحه عملکرد فروش SarvCRM نیز از هرکجا می توانید پاسخ تمامی سوالات بالا را مشاهده نمایید.

The screenshot displays the SarvCRM dashboard with a dark blue header and a white main area. It features several data cards and lists:

- Opportunity Cards:** Three cards at the top show sales values: 614,000,000 ریال (Opportunity 4), 3,315,810,000 ریال (Opportunity 11), and 25,000,000 ریال / 262,000,000.13 \$ (Opportunity 3).
- Best Opportunity Lists:** Three lists below the cards show 'بهترین فرصت های موفق توسط' (Best successful opportunities by) for different users:
 - محمد آروسی: 2,000,000 ریال
 - علیر مرادی: 1,242,000 ریال
 - آرین آریان: 2,000,000 ریال
- Recent Opportunity List:** A list at the bottom right titled 'آخرین فرصت های جدید' (Recent new opportunities) showing items like 'موتور' (22 \$) and 'آرین آریان فروش محصول 402435' (25,000,000 ریال).

2- در زمان مناسب و با اطلاعات کامل با مشتری مرتبط شوید

در تمامی کسب و کارها در زمان ارتباط با مشتری مهم است که تمامی اتفاقات گذشته را به خاطر داشته باشیم. با SarvCRM شما می توانید تنها با یک کلیک تمامی فعالیت های گذشته و پیش روی خود با مشتریان را اعم از تماس های تلفنی، جلسات، ایمیل ها، یادداشت ها و ... مرور کرده و در یک نگاه اطلاعات کامل و مورد نیاز خود را به دست آورید و برای ارتباط بعد خود را آماده کنید.

