

چطور شرکتها باید به کمک سی آر ام (CRM) درآمد یک سال خود را در شش ماه بدست آورند؟

۱۲ نکته برای استفاده مؤثر از سی آر ام (CRM) در نیمه دوم سال ۹۹

نویسنده: دکتر فرشید عبدی- استاد دانشگاه و مؤسس مرکز دانش مدیریت ارتباط با مشتری (مُدام)



در کشور ما، نیمه دوم سال به اندازه کل سال اهمیت دارد. سال گذشته که این یادداشت را نوشتم خبری از کرونا نبود و همچنین فکر می کردیم شرایط تا مدتی با ثبات است. امسال که این یادداشت را به روز می کنم کرونا هم هست و هم شدت یافته و هم دوره های ثبات قیمتی کاهش یافته و با تورم شدیدی روبرو هستیم. اما همچنان شش ماه دوم سال فرصت فروش و سودآوری برای شرکتهاست و باید از آن استفاده کنند، این موضوع چند علت دارد:

- اکثر خرید ها و تصمیم های خرید سازمان های دولتی که بخش بسیار بزرگی هستند، در نیمه دوم سال رخ می دهد. حتی علیرغم کسر بودجه و مشکلات شدیدی که در سال ۹۹ وجود دارد.
- کسب و کارهای خصوصی برای بازار اصطلاحاً شب عید آماده می شوند و بنابراین سفارشات و خریدهای خود را افزایش می دهند. سال گذشته کرونا مانع تحقق بخش زیادی از فروش شب عید شد و امسال کسب و کارها باید آن را جبران کنند.

- به دلیل جلوگیری از بار تورم سال بعد و افزایش های مستمر قیمت ارز، خریدهای بیشتری در نیمه دوم سال انجام می شود.
 - مصرف کنندگان هم خرید بیشتری می کنند، چون هم نمی خواهند به تورم بخورند و هم می خواهند از پس اندازها و تامین مالی شش ماهه اول استفاده کنند.
 - بسیاری از پروژههای بخش خصوصی مثلا در صنعت ساختمان در شش ماه دوم به مراحل خرید می رسند و تقاضایشان افزایش می یابد.
- آنچه که مسلم است تمایل مشتریان به خرید افزایش می یابد و شاید به جرأت بتوان گفت شرکت ها باید بتوانند درآمد یکسال و تمام عقب ماندگیهای اهداف فروش خود را در شش ماه دوم جبران کنند .

سیستم مدیریت ارتباط با مشتری (سی آر ام) (در تحقق این هدف چه کاری برای مدیران می تواند انجام دهد؟

این سوال مهمی است و لازم است به آن پرداخته شود. به نظر نکات زیر می تواند کمک های شایانی به شما کند:

۱. **تعیین پتانسیل فروش:** بر اساس آمار فروش سالهای گذشته **میزان فروش** مورد انتظار هر مشتری را برای شش ماه دوم تعیین کنید.
۲. **محاسبه عقب ماندگی از فروش شش ماه اول:** اگر پیش بینی های فروش شش ماه اول محقق نشده، میزان آن را تعیین و به پیش بینی فروش شش ماه دوم اضافه کنید.
۳. **تعیین پتانسیل بازار:** اگر به دلیل شرایط شش ماه دوم یا مشاهده فرصت های خرید بیشتر، پتانسیل بیشتری در بازار دیده می شود، آن را مشخص کنید.
۴. **برنامه ریزی، برنامه ریزی، برنامه ریزی:** برای تحقق اهداف فروش شش ماه دوم، استراتژی تدوین کنید و منابع تخصیص دهید و خوب فکر کنید.
۵. **مدیریت مشتریان کلیدی:** از مشتریان کلیدی که خریداران عمده و استراتژیک شما هستند، غفلت نکنید و اطلاعات کاملی از برنامه های آنها برای شش ماه دوم بدست آورید.
۶. **فروش های مکمل و افزوده:** از upselling و cross selling غفلت نکنید. ایجاد این نوع فرصتها برای محصولات خوش سود، موجب تحقق فروش شما می شوند. اگر مکمل هایی

برای محصول شما وجود دارد، آن را به مشتریان معرفی کنید. همچنین اگر محصولات مدل بالاتر و پیشرفته تری دارید هم به مشتریان معرفی کنید.

۷. **توسعه کاریز فروش:** برنامه ریزی کاریزهای فروش موجب کنترل کامل فرایند فروش و از آن مهمتر تعیین اهداف فعالیتی می شود. این کار برای شش ماه دوم حیاتی است و استفاده از منابع و ارزیابی عملکرد را بهینه می کند. بینید در کدام مرحله از فروش به عنوان مثال فعالیتهای مربوط به نهایی کردن فروش مشکل دارید، برای این مشکلات راه حل پیدا نکنید و نگذارید رقبا فروش شما را کاهش دهند.

۸. **برنامه ریزی تامین:** بر اساس پیش بینی های فروش، بخش های تولید و تدارکات را از نیازهای خود مطلع کنید.

۹. **مشارکت کارکنان واحد فروش:** به کارشناسان فروش انگیزه مالی و غیر مالی برای تحقق فروش بدهید و عملکرد آنها را ارزیابی کنید. ستاره فروش داشته باشید. آموزشهای مستقیم و غیر مستقیم را افزایش دهید. نشان دهید که مدیریت شرکت به آنها توجه دارد.

۱۰. **افزایش فرصتهای فروش:** تیم فروش شما باید بتواند بر اساس هدفگذاری فروش و اطلاعات کاریز، ابتکار عمل را بدست گرفته و فرصت فروش پیش اندیشانه ایجاد کند. بدترین عملکرد تیم فروش، در انتظار سفارش نشستن است. به کمک اطلاعات CRM فرصتهای فروش جدید تعریف کنید.

۱۱. **آموزش جدی: CRM:** مطمئن شوید کارشناسان فروش از امکانات تراکنشی و تحلیلی CRM اطلاع دارند. در غیر این صورت، باید آموزشهای جدی را شروع کنید.

۱۲. **خوش قولی:** به کمک سیستم CRM خود زمانهای تحویل را رصد کنید. باید نشان دهید که به قولتان عمل می کنید. خوش قولی به مشتریان کلیدی ضامن بقای شما در این دوران بحران است.

بسیار مهم است که به ۱۲ نکته بالا توجه کنید تا بتوانید از شش ماهه دوم سال استفاده بهتری کنید. اگر نکات یا نظراتی دارید که می تواند مکمل نکات این مقاله باشد، حتماً به من اطلاع دهید.