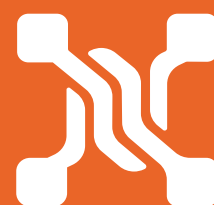


How to choose
a **CRM** software?



راهنمای کامل
انتخاب نرم افزار CRM
مناسب برای انواع کسب و کارها



راهنمای کامل انتخاب نرم افزار CRM مناسب برای انواع کسب و کارها

هر کسب و کاری در مسیر رشد و توسعه خود نیاز به بهره‌مندی از ابزارهای پیشرفته برای مدیریت فرآیندها و اتوماسیون کردن آن‌ها دارد؛ ارتباط با مشتری تا مدیریت تیم‌های فروش و بازاریابی و ذخیره‌سازی اطلاعات مهم را می‌توان با داشتن این ابزارها مدیریت کرد.

نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتری CRM یکی از این ابزارهاست که به واسطه آن می‌توان مسیر رشد و تحول دیجیتال سازمان را هموار کرد و بهره‌گیری از آن نیز یک انتخاب هوشمندانه است که علاوه بر ارتقا تجربه کاربری مشتریان، به افزایش کارایی و عملکرد تیم‌ها همچنین بهینه‌تر شدن مسیر فروش سازمان کمک می‌کند.

در این راهنما قرار است به بررسی مهمترین نکات برای انتخاب یک CRM مناسب بر پایه نیازهای واقعی سازمان پرداخته و ویژگی‌های یک نرم افزار کارآمد نیز مورد کنکاش قرار گیرد.

۱. تعریف دقیق نیازها و اهداف

گام نخست برای انتخاب یک نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتری، تبیین دقیق نیازها و خواسته هاست. به این معنا که باید بدانیم از یک CRM چه انتظاراتی داریم و قرار است برای چه مواردی (ارتباط با مشتری، بهینه سازی فرآیندهای ثبت سفارش و فروش و...) مورد استفاده قرار گیرد.

برای این منظور لازم است به موضوعات زیر توجه و به سوالات پیرامون آن نیز پاسخ داده شود. نباید از این نکته غافل شد که هر چه با جزئیات بیشتری به موضوعات زیر بپردازید، کارایی CRM ای که برای سازمان خود انتخاب می کنید، بیشتر خواهد شد.

- مشکلات و چالش های فعلی در فرآیندهای فروش، بازاریابی یا خدمات مشتریان را شناسایی کنید.
- اهداف مشخص و قابل اندازه گیری تعریف کنید؛ از افزایش نرخ تبدیل گرفته تا بهبود رضایت مشتری.
- حتماً دیدگاه و بازخورد تیم های داخلی (فروش، پشتیبانی، بازاریابی، IT) را در تصمیم گیری دخیل کنید.

۱. تعریف دقیق نیازها و اهداف

۲. بررسی فرآیندهای فعلی و نیازهای اختصاصی
۳. بررسی سازگاری با سامانه های دیگر
۴. هزینه ها و بودجه بندی شفاف
۵. انتخاب میان نسخه ابری یا نصب شده
۶. ارزیابی عملی و تست در محیط واقعی
۷. پشتیبانی، آموزش و مفاد قرارداد
۸. ارزیابی ویژگی ها و امکانات نرم افزار CRM
۹. اشتباهات رایج در انتخاب CRM
۱۰. برنامه ریزی برای اجرای موفق
۱۱. نکات پایانی

۲. بررسی فرآیندهای فعلی و نیازهای اختصاصی

پس از شناسایی نیازها و اهداف لازم است یک نقشه راه تدوین کنید. در واقع برای یک انتخاب دقیق‌تر، نیاز است نقشه فرآیندهای فعلی ارتباط با مشتری ترسیم شده و نقاط قابل بهبود نیز شناسایی شوند.

در این مسیر ممکن است به گزارش‌هایی خاص و یا فروم‌های سفارشی و گردش کارهای اختصاصی نیاز داشته باشید؛ همین گزارش‌ها می‌توانند شما را در انتخاب یک CRM مناسب راهنمایی کنند.

۳. بررسی سازگاری با سامانه‌های دیگر

یکی از مهمترین مزیت‌های نرم افزار CRM در این است که به عنوان «پایگاه اصلی داده‌ها» (Single Source of Truth) عمل می‌کند تا اطلاعات مشتریان در یک پایگاه متمرکز ذخیره و بین تیم‌های مختلف سازمان قابل اشتراک باشد. بنابراین CRM باید بتواند به راحتی با دیگر ابزارهای سازمان مانند ERP، نرم افزارهای مالی، اتوماسیون بازاریابی و سایر سیستم‌های عملیاتی درون یک سازمان یکپارچه شود تا تیم‌ها بتوانند به راحتی به داده‌ها دسترسی داشته باشند. از این رو پیش از انتخاب نرم افزار CRM میزان یکپارچگی با سیستم‌های درون سازمانی را مورد بررسی قرار دهید.

۱. تعریف دقیق نیازها و اهداف

۲. بررسی فرآیندهای فعلی و نیازهای اختصاصی

۳. بررسی سازگاری با سامانه‌های دیگر

۴. هزینه‌ها و بودجه بندی شفاف

۵. انتخاب میان نسخه ابری یا نصب شده

۶. ارزیابی عملی و تست در محیط واقعی

۷. پشتیبانی، آموزش و مفاد قرارداد

۸. ارزیابی ویژگی‌ها و امکانات نرم افزار CRM

۹. اشتباهات رایج در انتخاب CRM

۱۰. برنامه ریزی برای اجرای موفق

۱۱. نکات پایانی



۴. هزینه‌ها و بودجه‌بندی شفاف

تمام هزینه‌های مربوط به پیاده‌سازی و استقرار نرم افزار را به صورت شفاف مورد بررسی قرار دهید و برای آن بودجه تعیین کنید. هزینه‌ها به صورت زیر است؛

- هزینه‌های اصلی مانند خرید نرم‌افزار، راه‌اندازی، آموزش و پشتیبانی
- هزینه‌های پنهان مانند تغییرات آتی یا نیازهای توسعه‌ای

یکی از مواردی که می‌تواند در مباحث مربوط به هزینه و بودجه‌بندی، تعیین کننده باشد، مدل‌های قیمت‌گذاری است؛ به صورت کلی قیمت نرم‌افزار CRM می‌تواند براساس طرح موردنیاز شما متغیر باشد. نسخه‌های CRM مدل‌های گوناگون قیمت‌گذاری مانند مدل اشتراک خریداری شده، لایسنس دائمی یا کاربر محور بودن دارند که در هزینه‌ها تاثیرگذار است. برای بهره‌وری مناسب‌تر و کاهش هزینه‌های غیرضروری بهتر است مدل مناسب را بر اساس بودجه و نیازهای سازمان خود، انتخاب کنید.

۵. انتخاب میان نسخه ابری یا نصب‌شده

مورد دیگری که باید برای آن تصمیم بگیرید، انتخاب میان نسخه‌های CRM است؛ بسته به زیرساخت و سیاست‌های امنیتی سازمان، باید بین نسخه‌های ابری (Cloud) و تحت وب (On-Premise) یکی را انتخاب کنید که هر کدام ویژگی‌های خاص خود را دارد که به صورت زیر است؛

- نسخه ابری: به‌روزرسانی آسان، دسترسی از همه‌جا، بدون نیاز به سخت‌افزار اختصاصی
- نسخه تحت وب: کنترل کامل روی داده‌ها و امنیت بالاتر، اما نیازمند تیم فنی قوی و زیرساخت داخلی

۱. تعریف دقیق نیازها و اهداف

۲. بررسی فرآیندهای فعلی و نیازهای اختصاصی

۳. بررسی سازگاری با سامانه‌های دیگر

۴. هزینه‌ها و بودجه‌بندی شفاف

۵. انتخاب میان نسخه ابری یا نصب‌شده

۶. ارزیابی عملی و تست در محیط واقعی

۷. پشتیبانی، آموزش و مفاد قرارداد

۸. ارزیابی ویژگی‌ها و امکانات نرم‌افزار CRM

۹. اشتباهات رایج در انتخاب CRM

۱۰. برنامه‌ریزی برای اجرای موفق

۱۱. نکات پایانی



۱. تعریف دقیق نیازها و اهداف
۲. بررسی فرآیندهای فعلی و نیازهای اختصاصی
۳. بررسی سازگاری با سامانه‌های دیگر
۴. هزینه‌ها و بودجه‌بندی شفاف
۵. انتخاب میان نسخه ابری یا نصب‌شده
۶. ارزیابی عملی و تست در محیط واقعی
۷. پشتیبانی، آموزش و مفاد قرارداد
۸. ارزیابی ویژگی‌ها و امکانات نرم‌افزار CRM
۹. اشتباهات رایج در انتخاب CRM
۱۰. برنامه‌ریزی برای اجرای موفق
۱۱. نکات پایانی

۶. ارزیابی عملی و تست در محیط واقعی

پیش از نهایی شدن انتخاب لازم است نسخه دمو CRM را در یک محیط واقعی و با داده‌های سازمانتان آزمایش کنید. با آزمایش نسخه دمو می‌توانید بازخورد کاربران داخلی را جمع‌آوری کرده و نقاط ضعف را بررسی نمایید.

۷. پشتیبانی، آموزش و مفاد قرارداد

پیش از امضای هرگونه قرارداد لازم است از مواردی مانند کیفیت پشتیبانی، میزان و نحوه به‌روزرسانی نرم‌افزار اطمینان حاصل کنید. مستندات آموزشی مدت همکاری، ضمانت بازگشت وجه، شرایط فسخ و هزینه‌های جانبی نیز از جمله مواردی است که باید به آن توجه ویژه‌ای داشته باشید.

۸. ارزیابی ویژگی‌ها و امکانات نرم‌افزار CRM

پس از طی کردن مراحل فوق، لازم است یک بار دیگر انتخاب خود را مورد ارزیابی قرار دهید و از طریق موارد زیر آن را بسنجید. به صورت کلی یک CRM کارآمد باید ویژگی‌های زیر را داشته باشد؛

- رابط کاربری ساده و قابل فهم داشته باشد. در این صورت است که سرعت انطباق اعضای تیم‌ها با آن افزایش می‌یابد.
- فرآیندها را به صورت اتوماسیون انجام دهد. با این کار است که علاوه بر صرفه‌جویی در زمان و کاهش خطا، فرآیندهای فروش و گردش کارهای سازمانی نیز بهره‌وری بالایی را تجربه خواهند کرد.
- داشبوردها و گزارش‌های تحلیلی برای تصمیم‌گیری داده‌محور به تیم‌ها ارائه دهد تا آن‌ها بتوانند بر اساس داده‌های و اطلاعات به‌روز و یکپارچه، تصمیم بگیرند.

۱. تعریف دقیق نیازها و اهداف
۲. بررسی فرآیندهای فعلی و نیازهای اختصاصی
۳. بررسی سازگاری با سامانه‌های دیگر
۴. هزینه‌ها و بودجه‌بندی شفاف
۵. انتخاب میان نسخه ابری یا نصب‌شده
۶. ارزیابی عملی و تست در محیط واقعی
۷. پشتیبانی، آموزش و مفاد قرارداد
۸. ارزیابی ویژگی‌ها و امکانات نرم‌افزار CRM
۹. اشتباهات رایج در انتخاب CRM
۱۰. برنامه‌ریزی برای اجرای موفق
۱۱. نکات پایانی

- امکان سفارشی‌سازی فرآیندها و سطوح دسترسی در آن وجود داشته باشد. در واقع مکان افزودن راهکارهای سفارشی، تعریف فرآیندهای اختصاصی و تنظیم سطوح دسترسی بر حسب نیاز سازمانی یکی از مهمترین خواسته‌های سازمان‌هاست که باید به آن توجه شود.
- در صورتی که CRM یکپارچگی کامل با سایر نرم‌افزارهای سازمان داشته باشد، تحول و توسعه در سازمان سریع‌تر و کارآمدتر خواهد بود.

۹. اشتباهات رایج در انتخاب CRM

انتخاب یک نرم‌افزار CRM همیشه بدون چالش نیست و افراد و سازمان‌ها حتی با طی کردن تمام مراحل بالا نیز ممکن است مرتکب اشتباهاتی شوند. در ادامه می‌خواهیم به برخی از چالش‌های پیش روی انتخاب CRM پرداخته و تا جای ممکن شما را از انجام آن‌ها برحذر کنیم.

نادیده گرفتن نیازهای واقعی کسب و کار مهمترین اشتباه ممکن است. در ابتدای راه‌نما نیز گفته شد که سازمان‌ها می‌بایست پیش از هرگونه اقدام به خریدی، نیاز سازمان خود را به صورت دقیق بدانند. اگر درخواست نرم‌افزار CRM صرفاً بر اساس شهرت ارائه‌دهنده یا قیمت پایین آن، بدون تطابق با نیازهای سازمان صورت پذیرد، منجر به کاهش بهره‌وری می‌شود.

در نظر نگرفتن امکانات یکپارچگی نیز از دیگر مواردی است که عدم توجه به آن می‌تواند هماهنگی بین تیمی همچنین کارایی را به شدت تحت تاثیر قرار دهد. یکی از اهداف استفاده از CRM دسترسی راحت‌تر به اطلاعات بود. بنابراین اگر نرم‌افزار خریداری شده امکان هماهنگی با سیستم‌های سازمانی را نداشته باشد، عملاً نمی‌تواند مفید واقع شود.

۱. تعریف دقیق نیازها و اهداف
۲. بررسی فرآیندهای فعلی و نیازهای اختصاصی
۳. بررسی سازگاری با سامانه‌های دیگر
۴. هزینه‌ها و بودجه‌بندی شفاف
۵. انتخاب میان نسخه ابری یا نصب‌شده
۶. ارزیابی عملی و تست در محیط واقعی
۷. پشتیبانی، آموزش و مفاد قرارداد
۸. ارزیابی ویژگی‌ها و امکانات نرم‌افزار CRM
۹. اشتباهات رایج در انتخاب CRM
۱۰. برنامه‌ریزی برای اجرای موفق
۱۱. نکات پایانی

نادیده گرفتن کاربران نهایی در فرآیند انتخاب و اجرا نیز از دیگر مواردی است که می‌تواند عملکرد CRM در یک سازمان را دستخوش تغییر کند. نباید از این نکته غافل شد که نظر کاربران کلیدی در فرآیند انتخاب بسیار مهم است و همواره باید بدان توجه شود.

۱۰. برنامه‌ریزی برای اجرای موفق

با انتخاب و خرید یک CRM مناسب، وظیفه یک سازمان برای بهبود ارتباط با مشتریان و افزایش میزان فروش به پایان نمی‌رسد؛ برنامه‌ریزی برای اجرای موفق نیز بخش مهمی از فرآیند پیاده‌سازی CRM را در برمی‌گیرد که اگر به درستی انجام نشود، کارایی این نرم‌افزار تحت تاثیر قرار می‌گیرد. به صورت کلی اجرای موفق شامل موارد زیر است؛

- برنامه‌ای زمان‌بندی‌شده برای نصب، آموزش، مهاجرت داده‌ها و راه‌اندازی آماده کنید.
- سیستم را به صورت مرحله‌ای اجرا کرده و ایرادات احتمالی را شناسایی و رفع کنید.
- بعد از راه‌اندازی، عملکرد سیستم را پایش کرده و به طور مداوم بهبود دهید.



۱۱. نکات پایانی

سازمان‌ها برای بهبود فرآیندهای درون و برون سازمانی خود مانند ارتباط با مشتریان، رصد مسیر فروش مانند ثبت سفارش و ارسال کالا همچنین یکپارچه‌سازی داده‌ها و اطلاعات به منظور دسترسی بهتر تیم‌ها، نیاز به ابزارهای مدرن و مطمئنی دارند. این ابزارها نقش پررنگی را در مسیر تحول و توسعه سازمان ایفا می‌کنند بنابراین توجه به آن‌ها، در واقع توجه به مسیری است که سازمان قرار است طی سال‌ها آن را طی کند.

CRM یکی از ابزارهایی است که به‌کارگیری آن، یکی از اقدامات ضروری برای بهبود عملکرد سازمان است.

CRM مناسب، راهکاری اختصاصی و منعطف است که باید کاملاً با نیازها و فرآیندهای سازمان شما هماهنگ باشد. توجه به امنیت، یکپارچگی و تحلیل داده‌ها از ویژگی‌های کلیدی هر راهکار موفق CRM است. پیاده‌سازی و اجرای CRM نیازمند برنامه‌ریزی است که بدون مشارکت تیمی و فرهنگ‌سازی برای استفاده صحیح از این ابزار ممکن نخواهد بود. در واقع تک‌تک افراد سازمان نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت اجرای آن دارند.

۱. تعریف دقیق نیازها و اهداف

۲. بررسی فرآیندهای فعلی و نیازهای اختصاصی

۳. بررسی سازگاری با سامانه‌های دیگر

۴. هزینه‌ها و بودجه‌بندی شفاف

۵. انتخاب میان نسخه ابری یا نصب‌شده

۶. ارزیابی عملی و تست در محیط واقعی

۷. پشتیبانی، آموزش و مفاد قرارداد

۸. ارزیابی ویژگی‌ها و امکانات نرم‌افزار CRM

۹. اشتباهات رایج در انتخاب CRM

۱۰. برنامه‌ریزی برای اجرای موفق

۱۱. نکات پایانی



هنوز برای انتخاب CRM مطمئن نیستید؟

با تیم مشاوران ما در تماس باشید تا متناسب با نیاز، بودجه و فرآیندهای کسب و کارتان، مناسب‌ترین گزینه را پیشنهاد دهیم.

تماس با ما

۰۲۱ ۴۹۷۱۴

پیام‌گستر
PAYAM GOSTAR

نرم افزار ارتباط با مشتری (CRM)

www.payamgostar.com