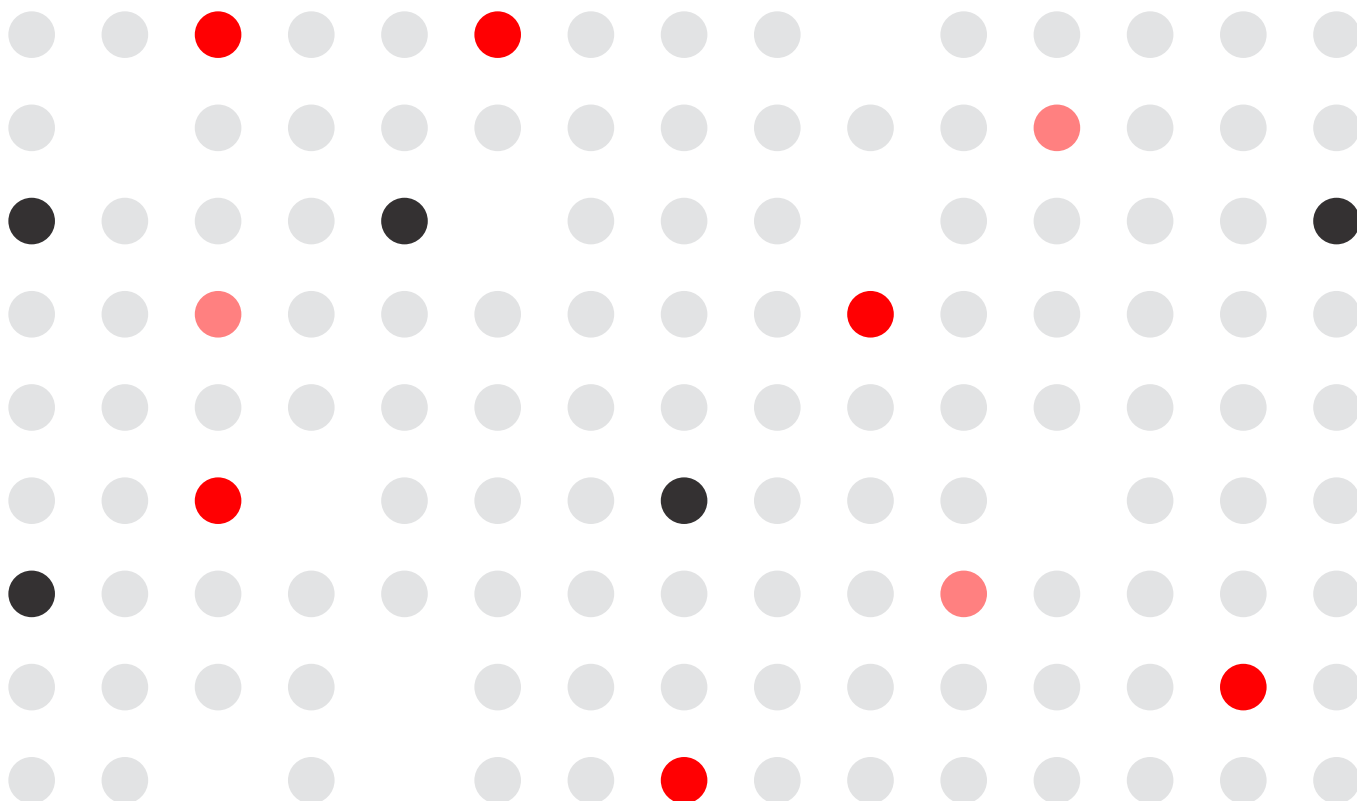


Vse, kar morate vedeti o **rešitvah CRM**



Kaj je CRM in zakaj je pomemben?

CRM ali rešitev za upravljanje odnosov s strankami (ang. Customer Relationship Management) je sistem, ki vam omogoča, da na enem mestu upravljate z vsemi interakcijami in podatki, ki so povezani z vašimi strankami. Tako lahko bolje razumete potrebe in želje svojih strank ter posledično vodite bolj ciljno usmerjeno in učinkovito trženje in prodajo.

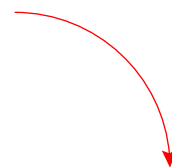
Na primer, predstavljajte si, da vodite trgovino s športno opremo in imate stranko, ki je pri vas pred časom kupila opremo za kolesarjenje. S sistemom CRM bi lahko zaznali, da bo ta stranka najverjetneje kmalu potrebovala novo opremo, in ji poslali prilagojeno e-pošto ali SMS sporočilo s ponudbo najnovejše kolesarske opreme.

Poleg tega vam lahko CRM z avtomatizacijo in racionalizacijo prodajnih, trženjskih in uporabniških procesov pomaga pri prepoznavanju novih prodajnih priložnosti in izboljšanju učinkovitosti obstoječih.

Če imate vse podatke o strankah na enem mestu, je enostavno slediti napredku prodaje in interakcijam s strankami. Posledično se lahko tudi hitreje in bolje odzovete na kakršne koli težave ali pomisleke, ki bi se lahko pojavile pri strankah.

Na splošno je CRM zmogljivo orodje, ki vam lahko pomaga izboljšati odnos s strankami in povečati rast prodaje. Seveda pa je vaša odgovornost, da ste pri vnašanju in vodenju podatkov v CRM dosledni.

Ključne funkcionalnosti rešitve CRM



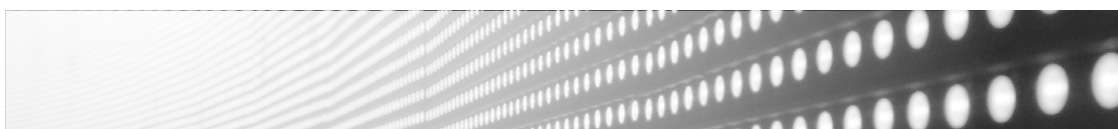
Rešitev CRM ponuja različne funkcije, ki vam lahko pomagajo upravljati in analizirati interakcije in podatke skozi celoten življenjski cikel poslovanja z vašimi strankami. Sledi opis nekaj ključnih funkcij, ki jih ponuja večina rešitev CRM.

Upravljanje stikov

Ta funkcija vam omogoča, da shranjujete in organizirate kontaktne podatke o vaših strankah, kot so ime, naslov, telefonska številka in e-pošta. Poleg tega vam omogoča tudi, da sledite interakcijam s strankami, kot so telefonski klici, e-pošta in sestanki.

Upravljanje prodaje

Ta funkcija vam pomaga upravljati celoten prodajni proces od ustvarjanja potencialnih strank do zaključevanja prodaje. Z njeno pomočjo lahko zlahka sledite in upravljate s prodajnimi priložnostmi, generirate ponudbe in račune ter ustvarjate poročila o uspešnosti prodaje.



Avtomatizacija marketinških aktivnosti

S to funkcijo lahko avtomatizirate in optimizirate vse svoje ključne marketinške aktivnosti, kot so e-poštne kampanje in oglaševanje na družbenih omrežjih. Na preprost način lahko ustvarite in sledite kampanjam, segmentirate ciljne skupine in merite rezultate svojih marketinških aktivnosti.

Podpora strankam

Ta funkcija vam omogoča, da na preprost način upravljate z zahtevami strank – sledite njihovim zahtevam, razrešujete morebitne težave, ustvarjate bazo znanja o strankah in merite njihovo zadovoljstvo.

Analitika in poročanje

S to funkcijo lahko ustvarjate poročila in analize podatkov o strankah, kot so podatki o prodaji, interakcije s strankami in njihova demografska podoba. Slednje vam lahko pomaga pri prepoznavanju trendov in vzorcev ter sprejemanju boljših prodajnih odločitev.

Z vsemi temi funkcijami na enem mestu vam lahko rešitev CRM pomaga izboljšati vaš odnos s strankami, povečati prodajo in optimizirati poslovne procese.

To je le nekaj primerov številnih funkcij, ki jih rešitev CRM lahko ponudi, vse pa je odvisno od tega, katero rešitev izberete.

Kaj so ključne prednosti uporabe rešitve CRM?

Spoznajte stranko

Če želite izboljšati prodajo, je ključno, da dobro poznate stranko in veste, kako razmišlja in deluje v vsaki fazi nakupne poti. Rešitev CRM vam pomaga odkriti, kakšne so preference vaših strank, kje so poslovne priložnosti, kaj se bo s stranko dogajalo v prihodnosti in kaj morate storiti, da bo ostala pri vas.

Povečajte zadovoljstvo strank

S prodajo se vaš odnos s stranko ne konča, ampak se šele začneja. S pomočjo rešitve CRM lahko s stranko ostanete v stiku in skrbite zanjo na način, ki ji najbolj ustreza. Tako si zagotovite, da se bo stranka vedno znova vračala, z njo pa boste zgradili dragocen odnos, ki temelji na zaupanju in lojalnosti.

Obvladujte posel

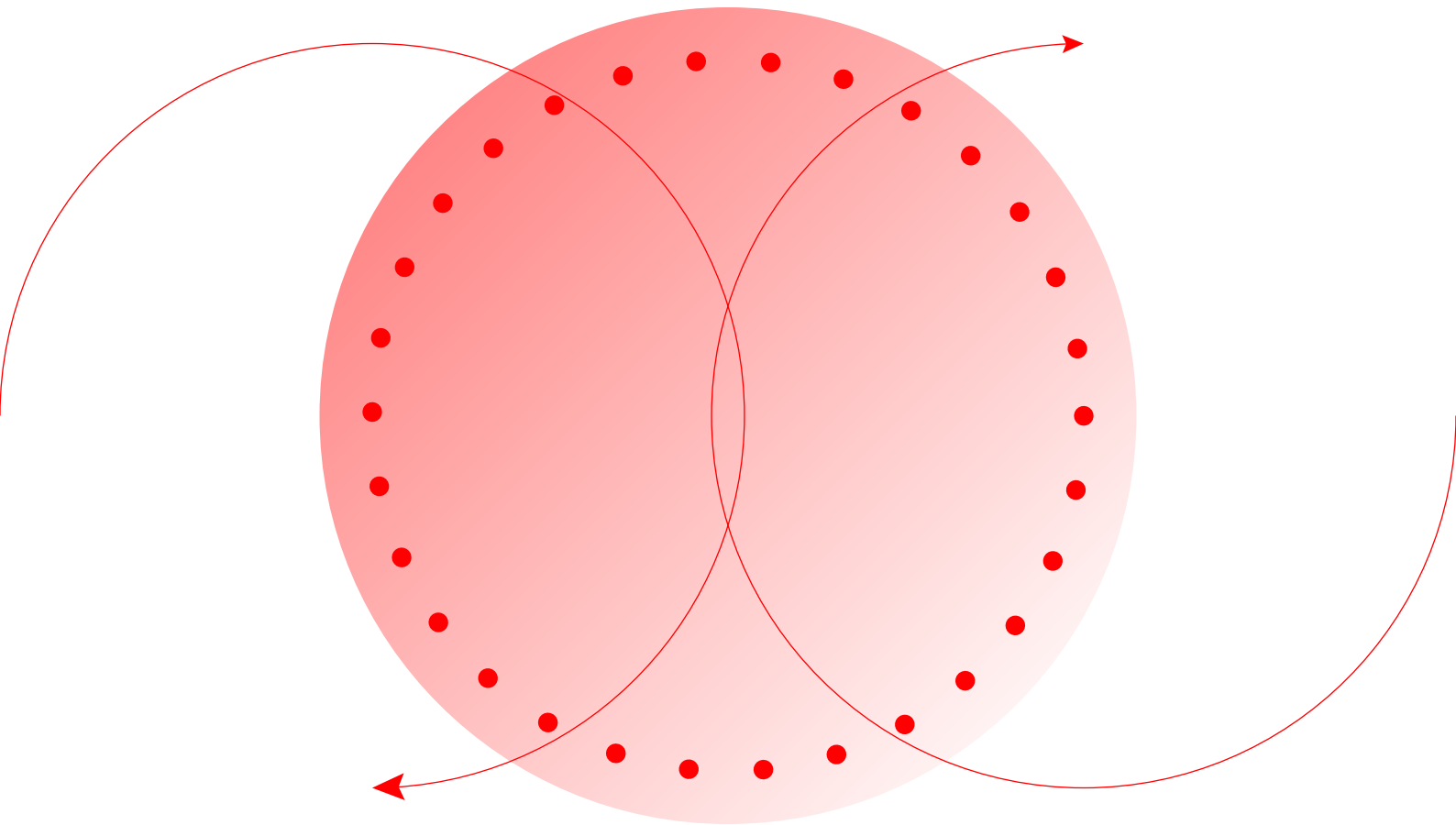
Rešitev CRM vam omogoča, da stranki glede na njene interese ob pravem času ponudite prave informacije o izdelkih in storitvah ter ponudbo, ki jo bo takoj sprejela. Tako izboljšate konverzijo in skrajšate prodajni cikel, kar pripomore k boljšemu načrtovanju prihodka od prodaje in ohranjanju zdravega finančnega toka.

Avtomatizirajte procese in povečajte učinkovitost

S pomočjo naprednih rešitev CRM lahko avtomatizirate procese za pripravo ponudb, sklepanje pogodb, pripravo delovnih nalogov in upravljanje stroškov. Poleg tega lahko spremljate uresničevanje trženjskih in prodajnih ciljev v realnem času in enostavno analizirate podatke ter napovedujete trende.

Podjetja, ki uporabljajo rešitve CRM, v povprečju povečajo svojo **prodajo za 29 %**, **produktivnost prodajne ekipe za 34 %** in **točnost prodajnih napovedi za 42 %**.

Kdaj je čas za rešitev CRM?



Scenarijev, ko podjetje ugotovi, da potrebuje rešitev CRM, je veliko. V nadaljevanju smo navedli nekaj najpogostejših. Če se prepoznate vsaj v enem od njih, je morda čas, da resno razmislite o implementaciji rešitve za upravljanje odnosov s strankami.

Scenariji



Scenarij št. 1

Prodajna in marketinška ekipa s težavo sledita vsem interakcijam s strankami in vsem potencialnim strankam, ki prihajajo iz različnih kanalov.

Rešitev CRM lahko pomaga ekipam upravljati in analizirati potencialne stranke, slediti interakcijam z obstoječimi strankami in ustvarjati ciljno usmerjene marketinške akcije.

Scenarij št. 2

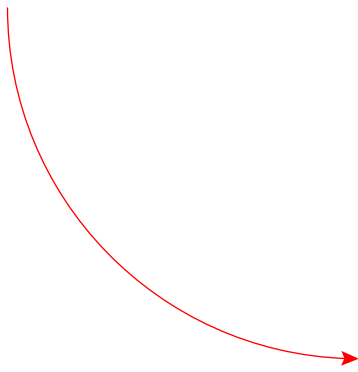
Podjetje raste in s tem tudi število strank in njihove zahteve. Podjetje se znajde v situaciji, ko mora razširiti svoje storitve za podporo strankam.

Podjetje lahko s pomočjo rešitve CRM enostavneje upravlja stike s strankami prek več kanalov, kot so e-pošta, telefon in družbeni mediji. Obenem pa na enem mestu združuje vse ključne podatke o strankah in tako zagotavlja učinkovitejšo in bolj relevantno podporo strankam, saj rešitev CRM omogoča, da podjetje takoj reagira na njihove trenutne potrebe in nedavna dejanja.

Scenarij št. 3

Podjetje ima težave pri upravljanju številnih prodajnih kanalov.

Če podjetje prodaja preko več različnih kanalov, denimo maloprodajne trgovine, spletne trgovine, veleprodaje in telefonske prodaje, je lahko težko spremljati vse interakcije s strankami in beležiti podatke v vseh kanalih. Sistem CRM lahko zagotovi centraliziran pregled vseh interakcij in podatkov, kar olajša upravljanje in analizo interakcij s strankami na vseh kanalih.



Scenarij št.4

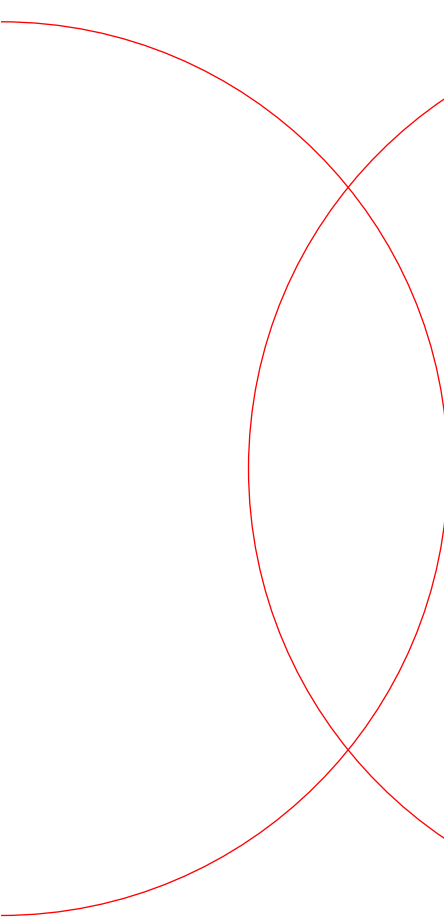
Podjetje želi ohraniti obstoječe stranke in povečati njihovo zadovoljstvo.

Rešitev CRM lahko pomaga slediti podatkom in interakcijam s strankami skozi čas. S temi podatki je mogoče prepoznati vzorce in trende v vedenju strank in jih uporabiti za izboljšanje storitev ter ustvarjanje njim prilagojenih marketinških kampanij, s čimer lahko povečamo njihovo zadovoljstvo in lojalnost.

Scenarij št.5

Podjetje želi boljši vpogled v podatke in sprejemati boljše prodajne odločitve.

CRM lahko generira ogromno podatkov o interakcijah s strankami in njihovem vedenju, kar lahko pripomore k sprejemanju boljših in bolj k potrošnikom usmerjenim odločitvam.



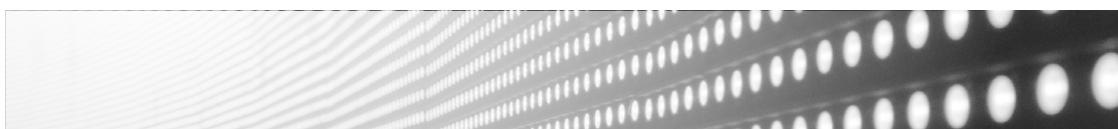
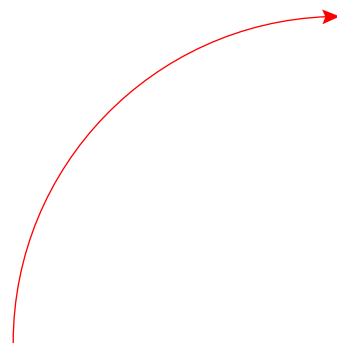
Če povzamemo, je rešitev CRM koristna za podjetja vseh velikosti in panog, saj lahko pomaga pri povečanju prodaje, izboljšanju učinkovitosti marketinških kampanj, zagotavljanju učinkovitejše podpore strankam in generiranju dragocenih podatkov o strankah, ki pomagajo pri sprejemanju boljših poslovnih odločitev. Ne glede na to pa je zgodba vsakega podjetja specifična, zato se, preden se odločite za uvedbo rešitve CRM v svojem podjetju, ponovno vprašajte, za kaj jo potrebujete in kaj želite z njo doseči.

Kako izbrati pravo rešitev za svoje podjetje?

Na trgu je na voljo veliko rešitev CRM, katera je najboljša za vas, pa je odvisno od vaših potreb in ciljev. V podjetju Business Solutions ponujamo rešitev Microsoft Dynamics CRM.

Microsoft Dynamics 365 je priljubljena rešitev CRM, saj se odlično integrira z drugimi rešitvami Microsofta, kot so Office, Outlook in Teams, s sistemom ERP Business Central ter sistemi in programi drugih ponudnikov. Ponuja vrsto funkcij, vključno z upravljanjem stikov in prodaje, avtomatizacijo marketinških aktivnosti, podporo strankam, analitiko in poročanjem. Primerna je za podjetja različnih velikosti in panog.

Microsoft Dynamics 365 je sestavljen iz različnih modulov, pri čemer lahko izberete poljubno kombinacijo slednjih in jih kombinirate v enovito rešitev.

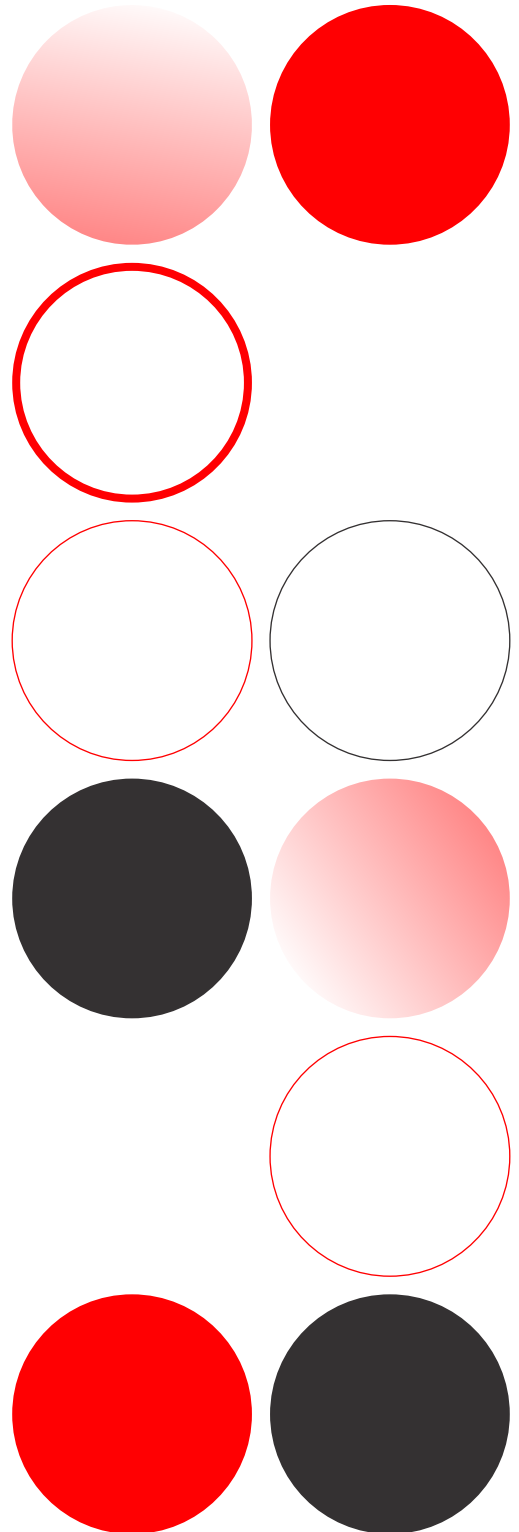


Microsoft Dynamics 365 Sales – prodaja: omogoča vam, da svoj prodajni proces še izboljšate s spremljanjem nakupovalnih poti svojih strank in pripravo prilagojenih prodajnih aktivnosti glede na njihovo vedenje. Poleg tega vam omogoča, da bolje in hitreje upravljate s potencialnimi strankami, avtomatizirate ponavljajoča se prodajna opravila in imate na enem mestu zbrane vse ključne podatke o strankah in preteklih aktivnostih, s čimer lahko hitreje identificirate bodoče prodajne priložnosti.

Microsoft Dynamics 365 Marketing – marketing: s pomočjo tega naprednega orodja boste lahko izvajali učinkovite marketinške aktivnosti, kjer boste vaše obstoječe in potencialne kupce nagovarjali s prilagojenimi in vizualno privlačnimi e-poštnimi sporočili, SMS-i in objavami na družbenih omrežjih, spremljali njihove odzive in v realnem času prilagajali svoje aktivnosti. Poleg tega boste lahko tudi na preprost način vodili dogodke – zbirali in spremljali prijave, obveščali prijavitelje, itd. Vse podatke pa boste lahko enostavno delili in usklajevali z svojo prodajno ekipo.

Microsoft Dynamics 365 Customer Service – podpora strankam: virtualni agent omogoča, da hitro in učinkovito razrešujete težave, saj združuje vse zahteve v eni rešitvi, integrirana umetna inteligenca pa pomaga pri reševanju težav s predlaganimi članki in podobnimi že rešenimi težavami.

Microsoft Dynamics 365 Field Service – delo na terenu: napredni algoritmi in tehnologija AI omogočajo, da optimalno razporedite delo na terenu glede na težavnost problema, razrešujete težave s strankami na daljavo prek video klica ali navidezne resničnosti in imate celovit 360-stopinjski pregled nad zahtevami stranke, dogovori in lokacijami.





Pozor pri implementaciji

Enako pomembno kot to, katero rešitev CRM izberete, je tudi to, koga boste izbrali za implementacijo rešitve. Praktično vsi ponudniki rešitev CRM poudarjajo, kako enostavna je uporaba njihove rešitve, in v demo predstavitev prikazujejo rešitev, kjer je polno podatkov, ki se med seboj lepo povezujejo in so integrirani z vsemi obstoječimi orodji podjetja, vendar je realnost nekoliko drugačna.

Ko se odločite za eno od rešitev CRM, boste prejeli prazen program, ki ni integriran z nobenim od vaših obstoječih sistemov in orodij (kot so Outlook, Office, sistemi ERP, itd.) in posledično ne bo prikazoval nobenega od vaših stikov ali generiral kakršnih koli podatkov.

Tukaj vstopi v igro izvajalec implementacije, kot je Business Solutions, ki vašo izbrano rešitev CRM poveže z vsemi vašimi obstoječimi orodji in sistemi, sinhronizira vaše najpomembnejše podatke in generira različne prikaze za različne oddelke. Poleg tega vam bo dober izvajalec nudil tudi podporo, če bi se vam karkoli zalomilo ali bi naleteli na izziv, za katerega ne najdete rešitve.

Kako poteka implementacija rešitve CRM?

Ko izberete rešitev CRM, ki najbolj odgovarja vašim potrebam, in zanesljivega izvajalca, ki bo poskrbel za to, da bo vse delovalo brezhibno in skladno z vašimi zahtevami in željami, sledi implementacija.

Implementacija običajno poteka v spodaj opisanih korakih.

01

Analiza trenutnega stanja

Skupaj z izvajalcem boste najprej določili, kakšne so vaše specifične zahteve in cilji, ki jih želite doseči s sistemom CRM, in naredili pregled, kako trenutno upravljate odnose s strankami v podjetju.

02

Načrtovanje in konfiguracija

Po opravljeni analizi sledi načrtovanje rešitve CRM, tako da bo izpolnjevala vaše zahteve in želje, ter konfiguracija podatkov in procesov.

03

Migracija podatkov

Sledi prenos vseh obstoječih podatkov o vaših strankah v nov sistem CRM.

04

Testiranje in potrjevanje

Izvajalec bo nato testiral sistem CRM in zagotovil njegovo pravilno delovanje ter preveril, ali so vneseni podatki pravilni.

05

Implementacija in usposabljanje

Sledi finalizacija implementacije ter predstavitev sistema CRM in usposabljanje ključnih uporabnikov sistema. Na tej točki je pomembno, da določite vse ključne ljudi, ki bodo uporabljali CRM, in zagotovite, da so vsi seznanjeni s postopki in pravili uporabe.

06

Vzdrževanje in podpora

Po zaključeni implementaciji vam mora izbrani izvajalec nuditi sprotno vzdrževanje, kar pomeni, da mora zagotavljati pravilno delovanje sistema in poskrbeti za pravočasno odpravljanje morebitnih težav.

Če potrebujete več informacij o rešitvah CRM ali o poteku njihove implementacije, nas kontaktirajte na prodaja@b-s.si in z veseljem vam bomo pomagali.