



آینده کسب و کارها به ناچار از فناوری‌ها تأثیر زیادی خواهد پذیرفت. غیر از فناوری‌ها، اطلاعات در آینده حرف اول را خواهند زد. یعنی کسب و کاری می‌تواند رشد و پیشرفت کند که بلد باشد اطلاعات را درست جمع کند و آن‌ها را تجزیه و تحلیل و به‌موقع استفاده کند. این موضوع همین الان هم در فضای ارتباط با مشتری در میان کسب و کارها وجود دارد و از آن استفاده می‌کنند.

بگذارید با مثالی موضوع را روشن‌تر کنیم. حتماً تجربه کرده‌اید که با بخش پشتیبانی شرکتی تماس گرفته باشید و آن‌ها بدون آنکه نام شما را پرسیده باشند، شما را به نام مخاطب قرار دهند و حتی مشکلاتان را توضیح دهند! اولین بار که این موضوع را تجربه کردم، فکر کردم کسی که پشت خط است ذهن خوانی بلد است! اما حالا می‌دانم این یک روش جامع و جدید در ارتباط با مشتری است.

این روش که در حال حاضر جدیدترین و بهترین روش ارتباط با مشتری است، نامش «مدیریت ارتباط با مشتری» (CRM) است. در این سامانه، تمام اطلاعات مشتری و سابقه ارتباط و تعاملش با کسب و کار شما به‌صورت یکپارچه ضبط می‌شود و نمایش داده خواهد شد. تعریف کامل‌تر آن، تمام فناوری‌های، اقدامات و برنامه‌ریزی‌هایی است که شرکت برای بهبود تعامل با مشتری انجام می‌دهد.

فرض کنید از یک فروشگاه اینترنتی محصولی سفارش می‌دهید. این کار را چند بار دیگر هم انجام داده‌اید. سامانه مدیریت ارتباط با مشتری این شرکت سابقه همه خرید شما و محصولاتی را که سفارش داده‌اید و قیمت‌ها و تاریخ را روی حساب کاربری شما ضبط می‌کند. زمانی که شما با پشتیبانی تماس می‌گیرید، روی رایانه جلوی پشتیبان تمام اطلاعات شما که به شماره تلفن حساب کاربری‌تان متصل شده بود، نمایش داده می‌شود. از مشخصات گرفته تا سابقه خرید و حتی بعضی وقت‌ها مشکلی که در سامانه گزارش داده‌اید.

این روش که می‌تواند اطلاعات مخاطب را ذخیره و دسترسی به آن را به‌صورت یکجا ساده کند، بر نوع ارتباط با مشتری، و خدمات و پیشنهادهایی که می‌توانید به مشتری ارائه بدهید، تأثیر زیادی می‌گذارد.

خودتان را جای مشتری هم که بگذارید، طبیعی است به کسب و کار شما اعتماد بیشتری خواهد کرد که کارهایش حساب و کتاب دارند. تصور کنید این سامانه نباشد. شما مگر چند مشتری را می‌توانید به خاطر بسپارید؟ اصلاً فقط نامشان نه، سوابق خرید و بقیه اطلاعاتشان را. این سامانه مدیریت می‌کند شما اطلاعات ارزشمندی از مشتریان خود داشته باشید.

کاربرد این سامانه را می‌توان در دو بخش خلاصه کرد:

قسمت سوم

سامانه‌ای که دست مشتریان را می‌خواند

اول، انتقال و دسترسی سریع و راحت و جامع به اطلاعات مشتری. فرقی نمی‌کند مشتری با کدام بخش تماس بگیرد یا ارتباط برقرار کند. با هر بخش که ارتباط بگیرد، لازم نیست مسئول آن بخش بقیه را صدا کند که پرونده این مشتری را بیاورید یا پشت خط از بقیه درباره شما پرس‌وجو کند یا با سؤالات تکراری درباره شما و مشکل و سوابقتان کلافه‌تان کند. این اطلاعات راحت ذخیره و به راحتی منتقل می‌شوند و در دسترس هستند و می‌توانند پشتیبانی راحت‌تر و هوشمندانه‌تری را از مشتری امکان‌پذیر کنند.

دوم، اطلاعات به‌دست‌آمده می‌توانند ارزشمندترین دارایی‌های شرکت در بخش ارتباط با مشتری‌شان باشند. آن‌ها به‌وسیله این اطلاعات می‌توانند در سامانه مدیریت ارتباط با مشتری، بر حسب سلیقه‌های شما، میزان هزینه‌ای را که می‌کنید، ویژگی‌های مورد انتظار شما از محصولاتشان و هزاران مورد دیگر را تجزیه و تحلیل و در آینده کسب و کارشان از آن استفاده کنند. محصولاتی مطابق سلیقه مشتریانشان بسازند، تا حد زیادی امکان شخصی‌سازی به محصولات بدهند، چیزی برای شخص شما تولید کنند، تبلیغاتشان را متناسب با هر مشتری شخصی‌سازی کنند و مثلاً در پیام‌های تبلیغاتی‌شان، با توجه به شناختی که از سلیقه هر مشتری دارند، محتوایی مخصوص ارسال کنند. در این کار یکی از مهم‌ترین مراحل جمع‌آوری اطلاعات است که در سامانه‌های مدیریت ارتباط با مشتری به‌صورت برخط اطلاعات ثبت و ضبط می‌شوند و شرکت را جلو می‌اندازند.

در حال حاضر، شرکت‌هایی هستند که این خدمات را ارائه می‌دهند و شما می‌توانید برای کسب و کارتان سراغ آن‌ها بروید و بخواهید سامانه مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) مخصوص شما را طراحی و اجرا کنند و در اختیارتان بگذارند. غیر از آن‌ها، نرم‌افزارهایی وجود دارند که برای این کار ساخته شده‌اند و شما با خرید و نصب آن‌ها و یادگیری نحوه استفاده از آن‌ها می‌توانید به راحتی این مدیریت جامع و حرفه‌ای را برای ارتباط با مشتریان کسب و کار خودتان فعال کنید و از مزایای آن استفاده کنید.

اطلاعات ورودی به این سامانه می‌توانند به‌طور یکپارچه از پایگاه اینترنتی کسب و کار شما یا شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی کارتان یا تکمیل دستی باشند. این سامانه می‌تواند هزینه‌های شما را در بخش پشتیبانی و ارتباط با مشتری کمتر کند، اما هم‌زمان خدمات باکیفیت‌تری هم ارائه دهد. درباره سامانه مدیریت ارتباط با مشتری بیشتر تحقیق کنید و درباره کاربرد آن در رشته‌ها و کسب و کار آینده خودتان بیشتر بیندیشید.

