

# دفتربه راهنمای مفاهیم اولیه CRM

یک دفتربه کوچک و متفاوت برای  
روزهای اولی که با نرمافزار CRM  
آشنا شده‌اید

دفترچه راهنمای مفاهیم اولیه‌ی CRM  
تیم تولید محتوای دیدار  
سارا رنجبران  
سمیرا گلشن  
ساجده مختاریپور  
فروردین سال ۱۴۰۱  
ابریدازش دیدار  
فروش و بازاریابی

عنوان  
گردآوری و ترجمه  
به سرپرستی  
گرافیک  
صفحه‌آرا  
تاریخ انتشار  
ناشر  
موضوع

کلیه‌ی حقوق مادی و معنوی این کتاب، متعلق به شرکت ابررایانش **دیدار** می‌باشد. انتشار این کتاب بدون دستکاری در محتوای آن و فقط به صورت آنلاین نه تنها مجاز بلکه باعث خشنودی است.

**توجه!**

با توجه به اینکه کتاب‌های رایگان منتشر شده توسط دیدار به صورت دوره‌ای به‌روزرسانی می‌شوند، اگر این کتاب را از مسیر دیگری جز سایت ما دانلود کرده‌اید، برای دریافت آخرین نسخه‌ی کتاب «دفترچه راهنمای مفاهیم اولیه‌ی CRM» روی لینک زیر کلیک کنید.

لینک دریافت این کتاب از سایت دیدار

## فهرست

- ۷..... مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) چیست؟
- ۷..... زیرساخت های CRM
- ۸..... ویژگی های نرم افزار CRM
- ۱۰..... مزایای CRM
- ۱۱..... چه کسانی از نرم افزار CRM استفاده می کنند؟
- ۱۳..... چطور از CRM در کسب و کار خودم استفاده کنم؟
- ۱۶..... ایجاد ارزش برای شما
- ۱۶..... ایجاد ارزش برای مشتری
- ۱۷..... انواع نرم افزار CRM
- ۱۹..... پیاده سازی CRM در کسب و کارتان
- ۱۹..... ایجاد یک استراتژی CRM
- ۲۲..... هر بخش از شرکت شما چگونه از پیاده سازی این ابزار بهره می برد؟
- ۲۴..... بهترین نرم افزارهای CRM ایرانی و خارجی
- ۲۴..... مشاوره‌ی CRM چیست و چرا به آن نیاز دارید؟

۲۵ ..... ما چطور به شما کمک می‌کنیم؟

۲۶ ..... قبل از خرید و پیاده‌سازی CRM به این نکات توجه کنید.

۳۰ ..... چطور نرم افزار CRM بخریم؟

۳۰ ..... روند آینده.....

## مقدمه

این فایل برای صاحبان مشاغل نوشته شده است که به تازگی با اصول مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و نقش این نرم افزار در موفقیت کسب و کار آشنا شده اند و به دنبال اطلاعات بیشتر و جامع تری می گردند. اگر می خواهید بدانید که چگونه نیازهای مشتریان خود را به بهترین نحو برآورده کنید این دفترچه برای شماست.

## مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) چیست؟

مدیریت ارتباط با مشتری (Customer Relationship Management) به این معناست که شرکت چگونه با مشتری ارتباط برقرار می‌کند به عبارت دیگر نحوه‌ی تعامل آن با مشتری چگونه است. اکثر افراد به CRM به چشم یک نرم‌افزار برای کسب اطلاعات مشتری نگاه می‌کنند، اما این تنها یکی از هزاران ویژگی CRM است. CRM با استفاده از تکنولوژی، دانش لازم را برای ارائه‌ی خدمات و پشتیبانی حرفه‌ای به مشتری در اختیار می‌گذارد. به عبارت دیگر CRM به معنای نحوه‌ی استفاده از اطلاعات دریافتی است. به این معنا که چطور از آن اطلاعات برای برطرف کردن نیازهای مشتری فعلی و شناسایی مشتری جدید استفاده شود، که این کار در نهایت منجر به سوددهی بالای کسب‌وکار می‌شود.

## زیرساخت‌های CRM

- پایگاهی برای جمع‌آوری اطلاعات مشتری
- راهی برای تجزیه و تحلیل اطلاعات در پایگاه داده
- یک استراتژی برای استفاده از اطلاعات تحلیل شده جهت رفع نیازهای مشتری و شناسایی مشتری بالقوه
- جمع‌آوری داده برای کسب اطمینان از مؤثر بودن استراتژی

## ویژگی‌های نرم‌افزار CRM

طیف وسیعی از CRM وجود دارد. مثلاً می‌توان از صفحات گسترده (مانند Excel) به عنوان ابزاری برای مدیریت ارتباط با مشتری استفاده کرد. اما به مرور زمان این سیستم‌ها پیشرفت کرده و قابلیت‌های بسیاری (مانند اتوماسیون فرایندها و ادغام داده‌ها) پیدا کرده‌اند. یک نرم‌افزار CRM ویژگی‌های زیر را دارد. هر کدام از این ویژگی‌ها، مزایایی را هم به دنبال دارند.

مزیت	ویژگی
دسترسی تمام کارکنان برای ورود و آپدیت سیستم بهبود خدمات مشتریان، افزایش وفاداری و حفظ مشتریان	پایگاه داده مرکزی
بخش‌بندی مشتریان و تارگت‌گذاری کمپین‌های بازاریابی یا فروش سفارشی و افزایش نرخ تبدیل هدف‌گذاری بهتر در کمپین‌ها	تجزیه و تحلیل داده‌های مشتریان
پایگاه مشتری‌های وسیع‌تر ردیابی بهتر بر مشتری‌های بالقوه با یک کلیک	شناسایی و ردیابی مشتری‌های بالقوه
می‌توانید از تمام داده‌های ذخیره شده گزارش‌های پیشرفته بگیرید تصمیم‌گیری بهتر و در زمان مناسب	گزارش، پیش‌بینی و تجزیه و تحلیل قوی
تسریع امور می‌توانید نرم افزار CRM خود را تنظیم کنید تا به طور خودکار عمل خاصی را براساس عوامل فعال یا رویدادها انجام دهد. (مثلاً اگر مشتری احتمالی به پیام یا پیشنهاد شما پاسخ ندهد، نرم افزار CRM پس از مدت زمان تعیین شده، مثلاً ۴۸ ساعت یا دو روز کاری، به طور خودکار پیام پیگیری را ارسال می‌کند.)	اتوماسیون گردش کار
امکان انتخاب ویژگی‌های متنوع تنظیمات خاص برای شما	سفارشی‌سازی
سی آر ام تقریباً با تمامی نرم‌افزارهای مورد استفاده‌تان ادغام می‌شود.	ادغام
هر کارمند داشبورد اختصاصی خود را دارد. ساعت، وظایف، جلسات، شماره‌های فروش، اهداف و غیره در این سیستم ثبت می‌شود. مدیران ارشد به این اطلاعات دسترسی دارند و می‌توانند اهداف فردی کارمندان، اقدامات انجام شده و سایر معیارها را بررسی کنند.	پیگیری روند کار کارمندان

## مزایای CRM

- CRM یعنی اینکه مشتری احساس کند که در یک رابطه‌ی دوطرفه قرار دارد. نرم‌افزار CRM مؤثر این امکان را به شما می‌دهد تا به مشتری ثابت کنید که:
- آن‌ها را به خوبی می‌شناسید.
  - نیازهای آن‌ها را درک می‌کنید.
  - به سؤالات، نیازها و نگرانی‌های آن‌ها اهمیت می‌دهید.
  - برای وقت آن‌ها ارزش قائلید.

### CRM با فراهم کردن موارد زیر برای شرکتتان مفید خواهد بود

- گسترش خدمات و محصولات جهت برطرف کردن نیازهای مشتری
- افزایش بازاریابی به سمت مشتری‌های سودرسان برای بهبود درآمد شرکت
- بهبود کارایی با ارائه‌ی پشتیبانی و خدمات به مشتریان آنلاین (مثلاً وجود بخش سؤالات متداول)
- پیش‌بینی نیازهای تجاری آینده براساس داده‌های مربوط به روند فروش و تاریخچه‌ی آن
- گسترش پایگاه مشتری با ایجاد راه‌های جدید برای مشارکت در کسب و کار آنلاین

به طور کلی نرم افزار CRM به دنبال پاسخ دو سوال است:

- مشتری های من چه کسانی هستند؟

- چگونه می توانم به بهترین شکل به آنها خدمت کنم؟

## چه کسانی از نرم افزار CRM استفاده می کنند؟

به طور کلی هر کسب و کاری که حداقل یکی از ویژگی های زیر را داشته باشد، به

نرم افزار CRM نیاز دارد:

- کسب و کارهایی که تیم فروش دارند.

- کسب و کارهایی که به نحوی درگیر بازاریابی محصولاتشان هستند.

- کسب و کارهایی که پیش فاکتور و فاکتور فروش صادر می کنند و یا سهمیه

فروش مشخصی دارند.

- کسب و کارهایی که می خواهند مشتری مداری شان را نشان دهند و برای

مشتری هایشان ارزش قائل هستند.

- کسب و کارهایی که به دنبال افزایش کارایی هستند و می خواهند گزارشات دقیقی

از فعالیت هایشان داشته باشند.

## ۱۸ صنعتی که بیشترین استفاده را از نرم‌افزار CRM می‌برند

به طور کلی هر کسب‌وکاری که با مشتری در ارتباط است و به پایگاهی برای ثبت اطلاعات مشتریان نیاز دارد، باید از نرم‌افزار سی آر ام استفاده کند. این‌ها مهم‌ترین صنایعی هستند که به نرم‌افزار CRM نیاز دارند:

۱. آموزشگاه‌ها و موسسات آموزشی
۲. کلینیک‌های زیبایی و آرایشگاه‌ها
۳. صنعت املاک
۴. شرکت‌های ساختمانی
۵. شرکت‌های تبلیغاتی
۶. شرکت‌های مشاور
۷. صنعت بیمه
۸. استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای آنلاین
۹. صنعت تجهیزات پزشکی
۱۰. آژانس‌های مسافرتی و مهاجرتی
۱۱. شرکت‌های پیمانکاری و پروژه‌ای
۱۲. شرکت‌های بازرگانی

۱۳. شرکت‌های تولیدی و صنعتی

۱۴. مشاغل شخصی، خانگی و اینستاگرامی

۱۵. وکلا و مشاورین حقوقی

۱۶. شرکت‌های نرم‌افزار و سخت‌افزاری

۱۷. شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی

۱۸. مشاغل خرده‌فروشی

ما قبلاً مفصل در این خصوص صحبت کرده‌ایم. یک درسنامه‌ی ۱۸ بخشی از کاربردهای نرم‌افزار CRM در این صنایع گردآوری کرده‌ایم که برای خواندنش می‌توانید به این [لینک](#) مراجعه کنید.

## چطور از CRM در کسب‌وکار خودم استفاده کنم؟

جدول زیر انواع اطلاعاتی را که می‌توانید با استفاده از سیستم CRM جمع‌آوری کنید نشان می‌دهد. علاوه بر آن سؤالاتی را که با استفاده از اطلاعات دریافتی می‌توانید به آن‌ها پاسخ دهید نیز آورده شده‌است.

اطلاعات مورد نیاز	سوال‌های مرتبط
مشخصات مشتری	<p>آن‌ها چه کسانی هستند؟</p> <p>آیا مشتری یک فرد مستقل است یا یک شرکت تجاری؟</p> <p>آدرس آن کجاست؟</p> <p>اگر یک شرکت تجاری است چقدر بزرگ است؟</p> <p>اگر یک شرکت تجاری است چه کسب‌وکاری دارد؟</p> <p>چرا به محصول و خدمات ما نیاز دارند؟</p> <p>از چه طریق با شرکت ارتباط برقرار می‌کنند؟</p>
پروفایل خرید مشتری	<p>چند وقت یکبار خرید می‌کنند؟</p> <p>چه زمانی خرید می‌کنند؟</p> <p>آیا خریدشان الگوی خاصی دارد؟ ( برای مثال خرید فصلی است، ماهیانه است یا ... )</p> <p>در هر مرتبه خرید چقدر خرید می‌کنند؟</p>
ترجیحات خرید مشتری	<p>چه چیزی می‌خرند؟</p> <p>آیا همیشه یک محصول مشابه را می‌خرند؟</p> <p>چرا محصولات را می‌خرند؟</p>
پروفایل خدمات مشتریان	<p>آن‌ها با چه نوع مشکلاتی مواجه می‌شوند؟</p> <p>وضعیت فعلی مسائل/مشکلات آن‌ها چگونه است؟</p> <p>چند حواله‌ی ناتمام وجود دارد؟</p> <p>تا به حال چند مورد حل شده است؟</p>

با استفاده از اطلاعات ارائه شده در جدول بالا می‌توانید به پاسخ درستی در رابطه با چگونگی استفاده از CRM برسید. به یاد داشته باشید که استفاده‌ی مناسب از CRM به بهبود و پیشرفت کسب‌وکار آنلاین شما کمک می‌کند و موجب برتری در میان رقیب‌هایتان می‌شود.



## کتاب کاريز فروش

نکته مهمی که وجود دارد این است که: هیچ نکته خاصی نیست!  
هیچ رازی در میان نیست به جز دو اصل ساده:

اصل اول: نتایجی که به دست می آورید، حاصل فعالیت های شماست!  
اصل دوم: برای تخمین دقیق نتایج باید از بازی اعداد آگاه باشید.

این کتاب به فروش از زاویه این دو اصل نگاه کنم.  
در این کتاب به شما خواهم آموخت که چگونه فروش خود را متحول کنید و فراتر از آن،  
از این تکنیک ها چطور برای زندگی بهتر استفاده کنید.  
این کتاب بیش از آنکه شما فکر کنید، شما را شگفت زده خواهد کرد.



برای دانلود رایگان کتاب کاريز فروش روی لینک زیر کلیک کنید  
و یا کد را اسکن کنید.

< [دانلود رایگان](#)

## ایجاد ارزش برای شما

با گردآوری این اطلاعات و تحلیل آن‌ها، می‌توانید یک استراتژی ایجاد کنید تا:

- فرصت‌های تکرارشونده در کسب و کارتان را از طریق پیش‌بینی نیازهای مشتری‌های فعلی به حداکثر برسانید.
- بهترین مشتری‌هایتان را شناسایی کنید.
- مشتری‌های بالقوه را مشخص کنید.
- محصولات مکملی را که می‌توانید به مشتری‌هایتان بفروشید، مشخص کنید.
- کمپین‌های بازاریابی و تبلیغاتی را مشخص کنید.

## ایجاد ارزش برای مشتری

ایده‌های دیگر در خصوص به‌کارگیری این اطلاعات جهت افزایش ارزشی که شرکت به مشتری ارائه می‌دهد، شامل موارد زیر است:

- سفارش‌دهی یا خرید را از طریق فرم‌های سفارش از قبل تکمیل‌شده و یادآورهای ایمیلی ساده‌تر کنید.
- تجربه خرید را شخصی‌سازی کنید و برای کاهش زمان انتظار امکان سرویس شخصی را ارائه دهید.
- یک خبرنامه‌ی الکترونیکی یا وبلاگ با موضوعات جذاب برای مشتری‌هایتان ایجاد

کنید تا وفاداریشان را به دست آورید.

- به سرعت مطالب را به‌روزرسانی کنید و به کامنت‌ها و بازخوردهای مشتری‌ها از طریق کانال‌های شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر پاسخ دهید.

- انجمن آنلاینی ایجاد کنید تا مشتری‌ها بتوانند نظرات و بازخوردهایشان را ارائه دهند؛ با انجام این کار همچنین می‌توانید از مشکلات به محض بروزشان آگاه شوید تا به سرعت اقدام کنید.

- به بهترین مشتری‌هایتان محصولات رایگان ارائه دهید.

- مشوق‌هایی را برای خرید بیشتر یا خریدهای آینده ارائه دهید.

با ایجاد ارزش برای مشتری‌ها، وفاداریشان را جلب می‌کنید. آمارها نشان می‌دهند که جذب یک مشتری جدید نسبت به حفظ مشتری‌های موجود، به ده برابر تلاش و هزینه‌ی بیشتر نیاز دارد.

منبع: [www.canadabusiness.ca](http://www.canadabusiness.ca)

## انواع نرم‌افزار CRM

در پیاده‌سازی CRM در کسب‌وکارتان چه انتخاب‌هایی وجود دارد؟ دو انتخاب اصلی

دارید:

- CRM نصبی

- CRM ابری

این دو گزینه به همراه نقاط قوت و ضعفشان در اینجا مورد بررسی قرار می‌گیرند.

انتخاب	نقاط قوت	نقاط ضعف
CRM نصبی	نصب روی سرورها و تجهیزات شرکت کنترل کامل مناسب برای شرکت‌های بسیار بزرگ	گران قیمت پایه‌سازی کامل آن زمان زیادی (ماه‌ها یا حتی سال‌ها) لازم دارد. آموزش طولانی هزینه‌های نگهداری بالا
CRM ابری	بدون نیاز به نصب و سیستم خاص، کاملاً آنلاین هزینه‌های بسیار پایین کاربری آسان با پیچیدگی کمتر مناسب شرکت‌های کوچک تا بزرگ پایه‌سازی سریع کاربری آسان ارائه نسخه موبایلی و دسترسی همیشگی	عدم کنترل به‌روزرسانی‌ها و نسخه‌ی پشتیبان‌گیری

جالب است بدانید که بزرگ‌ترین شرکت‌های ارائه‌دهنده نرم‌افزارهای CRM (مانند شرکت مایکروسافت، زوهو و غیره) بیشتر روی نسخه‌ی ابری متمرکز هستند و بیشترین میزان فروش را از نسخه‌های ابری CRM دارند. برخی از آن‌ها اصلاً CRM نصبی ارائه نمی‌کنند.

به طور کلی CRM ابری و سرویس رایانش ابری بیش از پیش محبوب شده است و روشی امن و مقرون‌به‌صرفه برای گردآوری اطلاعات ارائه می‌دهد. رایانش ابری در واقع هر گونه سرویس رایانش اشتراکی است که از طریق اینترنت به آن دسترسی

دارید (مانند جیمیل یا دراپ‌باکس).

## پیاده‌سازی CRM در کسب‌وکارتان

### ایجاد یک استراتژی CRM

ایجاد این استراتژی شما را قادر می‌سازد تا فرآیندهای CRM خود را جهت‌دار کنید. همچنین به شما این اطمینان را می‌دهد که سرمایه‌گذاریتان بر روی ایجاد روابط قوی‌تر با مشتری‌هایتان هدف‌گذاری شده است.

برای شروع ایجاد یک استراتژی CRM در کسب‌وکارتان باید پروفایل مشتری‌ها را مشخص کنید (به عنوان مثال نیازهایشان، سطح رضایتمندی‌شان و آنچه بر تصمیمات خریدشان اثر می‌گذارد). از طریق این فرآیند مجموعه‌هایی از مشتری‌هایتان که باید بیشتر بر رویشان تمرکز کنید، مشخص می‌شوند. استراتژی CRM همچنین اهدافتان را در خصوص تعاملات کسب‌وکارتان با مشتری‌های فعلی و آینده برای به حداکثر رسیدن فروش، سود و رشد بلند مدت مشخص می‌کند. برای انجام این کار باید قابلیت‌های شرکتتان را ارزیابی کنید و مشخص کنید که آیا فناوری، نیروی انسانی و مهارت‌های لازم برای دستیابی به این اهداف را دارید یا نه.

گارتنر، شرکت پژوهش و فناوری اطلاعات در سال ۲۰۱۰ گزارشی تحت عنوان «سه گام تا ایجاد یک استراتژی CRM» ارائه داد. در این گزارش سه محور اصلی برای ایجاد یک استراتژی موفق CRM مشخص شده است.

۱. اهداف واضحی را تعیین کنید. مراحل دستیابی به این اهداف را مشخص کنید و بر روند حرکت به سوی این هدف‌ها نظارت کنید.

۲. استراتژی CRM باید کل شرکت را در برگیرد و با استراتژی‌های دیگر بخش‌ها مانند بازاریابی و فروش هم‌سو باشد.

۳. استراتژی CRM باید شامل این هشت جنبه باشد:

- چشم‌انداز

- استراتژی

- تجربه‌ی مشتری

- همکاری سازمانی

- فرآیندها

- اطلاعات مشتریان

- فناوری

- معیارها و KPIها

پیاده‌سازی نرم‌افزار CRM چیزی بیشتر از نصب نرم‌افزار است. تمامی حوزه‌های کسب‌وکار، اعم از منابع انسانی، بازاریابی، فروش، فناوری اطلاعات، توسعه‌ی محصول و ... باید در این پروسه دخیل شوند.

**نکته:** نرم‌افزار CRM فقط یک فناوری نبوده، بلکه یک استراتژی تجاری است. برای موفقیت نرم‌افزار CRM در شرکتتان، ابتدا باید استراتژی CRM خود را توسعه داده و سپس بهترین فناوری را برای پشتیبانی از آن، انتخاب کنید.

اولین کاری که باید انجام دهید، این است که نرم‌افزار CRM و کاربردهای آن را در کسب‌وکار برای تمامی کارمندان مجموعه توضیح دهید. می‌توانید این کار را از طریق جلسات آموزشی و یا جلسات رسمی اطلاع‌رسانی انجام دهید.

تدوین یک استراتژی برای نرم‌افزار CRM به صورت مکتوب که در دسترس کارمندان قرار بگیرد هم، راه‌حل مناسبی است.

### چه میزان داده برای جمع‌آوری، مناسب است؟

پس از شروع به جمع‌آوری داده در مورد مشتریان، دانستن اتمام زمان جمع‌آوری آن‌ها سخت است. اگر می‌خواهید حجم وسیعی از داده و اطلاعات را جمع‌آوری کنید، باید دو نکته را مد نظر داشته باشید:

۱. آیا سیستم‌های فعلی شما ظرفیت نگهداری و مدیریت این حجم از اطلاعات را دارد؟

۲. آیا واقعاً نیاز هست که تمامی اطلاعات جمع‌آوری شده را، ذخیره کنید؟ (مثلاً ممکن است جمع‌آوری برخی اطلاعات فقط یک بار مورد نیاز باشد).

اجرا و پیاده‌سازی صحیح نرم‌افزار CRM در کسب‌وکارتان، به برنامه‌ریزی نیاز دارد.

هرچه اهداف CRM مختص کسب و کارتان واضح تر باشد، تهیه‌ی برنامه برای اجرای این موارد آسان‌تر خواهد بود. همچنین باید اطمینان حاصل کنید که تمامی کارمندان، ارتباط نرم‌افزار CRM را با موفقیت در کسب و کار درک کنند.

برای اطلاعات بیشتر در خصوص پیاده‌سازی CRM به این لینک مراجعه کنید:

<https://didar.me/crm-implementation/>

## هر بخش از شرکت شما چگونه از پیاده‌سازی این ابزار بهره می‌برد؟

### - مدیر شرکت

مدیران شرکت به جای گم شدن در میان داده‌های پراکنده، گزارش‌های استراتژیک دقیقی از وضعیت شرکت را می‌بینند. این گزارش‌ها به عنوان یک ابزار و استراتژی هوشمند تصمیم‌گیری را راحت می‌کنند. مثلاً مدیر می‌تواند پیش‌بینی فروش ماه آینده را ببیند و تارگت فروش درستی تعیین کند.

### - بخش بازاریابی

بخش بازاریابی سازمان می‌تواند پربازده‌ترین و ضعیف‌ترین شیوه‌ی تبلیغات شرکت را پیدا کند. این داده‌ها استراتژی بازاریابی شرکت را متحول می‌کنند. همچنین هزینه‌ی جذب هر مشتری به سهولت محاسبه می‌شود.

## - مدیر فروش

مدیران فروش سازمان از نرخ تبدیل (چند درصد از فرصت‌ها تبدیل به مشتری می‌شود) هر کارمند فروش مطلع شده و به کارمندان فروش ضعیف‌تر، راهکار ارائه می‌دهند.

## - کارمند فروش

کارمندان فروش سازمان پیگیری‌های خود را منظم‌تر، دقیق‌تر و سریع‌تر انجام می‌دهند و مطمئن می‌شوند دیگر هیچ چیزی فراموش نمی‌شود. همچنین مشارکت آن‌ها بیشتر می‌شود.

## - تیم پشتیبانی

کارمندان پشتیبانی سازمان با رجوع به پرونده‌ی مشتری در CRM، سابقه و رفتار مشتری را دیده و خدمات بهتری به مشتریان ارائه می‌دهند و تجربه‌ی مشتری را بهبود می‌بخشند.

## - تیم منابع انسانی

مدیران منابع انسانی سازمان با گزارشاتی که از کارایی عملکرد کارمندان در اختیار

دارند، از بهبود راندمان آن‌ها مطمئن شوند.

## بهترین نرم‌افزارهای CRM ایرانی و خارجی

بهترین نرم‌افزارهای CRM را مفصل در مقاله‌ی زیر بررسی کردیم و مزایا و معایب هر کدام را شرح داده‌ایم. برای آشنایی با این نرم‌افزارها روی لینک زیر کلیک کنید:

<https://didar.me/best-crm-softwares>

## مشاوره‌ی CRM چیست و چرا به آن نیاز دارید؟

هر کسب‌وکاری فرآیندهای منحصربه‌فرد خود را دارد و در نتیجه نیازهای متنوعی هم دارد. دقیقاً به همین دلیل است که به مشاوره‌ی CRM نیاز دارید. قبل از پیاده‌سازی نرم‌افزار CRM باید فکر کنید که:

- می‌خواهید سی آر ام چه مشکلاتی را در کسب‌وکارتان رفع کند؟
- پشتیبانی و نگهداری آن بر عهده‌ی چه کسی خواهد بود؟
- چه کسانی از نرم‌افزار CRM استفاده می‌کنند؟
- چطور با نرم‌افزارهای موجود ادغام می‌شود؟
- چه بودجه‌ای را باید برای آن در نظر بگیرید؟

اگر نرم‌افزاری را انتخاب کنید که با نیازهایتان مطابقت ندارد، یک اشتباه گران

و پردردسر مرتکب شده‌اید. علاوه بر سرمایه‌گذاری اشتباه، زمان و انرژی خود و کارکنانتان را هم بر روی مسیری اشتباه صرف کرده‌اید. و مشاور CRM حرفه‌ای، شخصی است که بر اساس پاسخ به سؤالات بالا، نرم‌افزار سی آر ام مورد نیاز برای شرکتتان را مشخص، پیکربندی، پیاده‌سازی و مدیریت می‌کند.

### با دریافت خدمات مشاوره CRM:

- بهترین و مناسب‌ترین نرم‌افزار برای کسب و کارتان را شناسایی می‌کنید.
- نرم‌افزار خریداری شده را بر اساس نیازهایتان شخصی‌سازی می‌کنید.
- نرخ ROI را در سریع‌ترین حالت ممکن به حداکثر می‌رسانید.
- تمامی کارمندان را آموزش می‌دهید که چطور از نرم‌افزار استفاده کنند.
- تمام داده‌هایتان را با موفقیت به پایگاه داده‌ی CRM منتقل می‌کنید.

## ما چطور به شما کمک می‌کنیم؟

- مشاوره‌ی دیدار حتی از قبل از این که تصمیم به تهیه‌ی نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری بگیرید، در کنارتان است. اگر حتی ندانید نرم‌افزار CRM چیست یا چه منفعتی برایتان ایجاد می‌کند می‌توانید از مشاوران دیدار کمک بگیرید.
- پس از تصمیم‌گیری برای خرید، مشاور CRM دیدار در ارتباط با انتخاب سیستم مناسب به بهترین شکل شما را راهنمایی می‌کند.
  - ما در تمامی مراحل پیاده‌سازی کنارتان هستیم و یک دوره‌ی آموزشی رایگان برای

- تمامی کارمندانان برگزار می‌کنیم تا نحوه‌ی کار کردن با نرم‌افزار را یاد بگیرند.
- فرایند ادغام سیستم‌ها و تهیه‌ی نسخه‌ی پشتیبان و امنیت داده‌هایتان را تضمین می‌کنیم.
  - نرم‌افزار CRM را برایتان شخصی‌سازی می‌کنیم و تمامی نیازهایتان را برآورده می‌کنیم. حتی اگر قابلیت مورد نیازتان در سیستم نباشد، حداکثر تا چند ماه این قابلیت را به نرم‌افزار CRM اضافه می‌کنیم.
  - پشتیبانی مادام‌العمر هم تضمین شده است.

## قبل از خرید و پیاده‌سازی CRM به این نکات توجه کنید:

### نیازهایتان را بشناسید.

در قدم اول، باید بدانید که چه چیزی از CRMتان می‌خواهید. هدف چیست؟ مدیریت سرنخ، مسیرهای فروش، ابزارهای بازاریابی، همگام‌سازی با ارائه‌دهندگان سرویس‌های ایمیلی؟

به قابلیت‌هایی فکر کنید که می‌توانند عملکرد کارکنان را بهتر کرده و یا بخش عمده‌ای از فرایندهای شرکت را به صورت اتوماتیک انجام دهند. شناخت فرایندها و برنامه‌های آینده کمک می‌کند تا بهترین و مؤثرترین CRM را بخرید. یادتان باشد که پیچیده‌ترین و گران‌قیمت‌ترین نرم‌افزار، لزوماً مناسب‌ترین گزینه نیست.

## نسخه‌ی مناسب را انتخاب کنید.

نرم‌افزار CRM ابری می‌خواهید یا نصبی؟ اگر جواب این سؤال را نمی‌دانید به بخش «انواع نرم‌افزار CRM» برگردید.

## توسعه‌پذیری

کسب و کارتان پیشرفت می‌کند. نرم‌افزاری که انتخاب می‌کنید باید مناسب آینده‌تان هم باشد. آیا نرم‌افزاری که انتخاب کرده‌اید قابلیت افزودن ابزارها و همگام‌سازی را ارائه می‌دهد؟ آیا می‌توانید ماژول‌های مازادی را، چه در زمان حال و چه در آینده، به CRM‌تان اضافه کنید؟

## ادغام

آیا نرم‌افزاری که انتخاب کرده‌اید با نرم‌افزارها و سیستم‌های فعلی‌تان ادغام می‌شود؟ اطلاعات باید اتوماتیک بین این سیستم‌ها جابه‌جا شوند. پس به این نکته دقت کنید.

## نسخه‌ی موبایلی

اگر فرهنگ دورکاری، جلسات خارج از دفتر و مسافرت‌های کاری در شرکتتان وجود

دارد، باید نرم‌افزاری بخرید که نسخه‌ی موبایلی داشته باشد. این قابلیت کارتان را ۱۰۰ پله راحت‌تر می‌کند.

## گزارش‌دهی

چه گزارش‌هایی نیاز دارید؟ چه KPI‌هایی را باید بسنجید؟ آیا نرم‌افزاری که انتخاب کرده‌اید این قابلیت را برایتان فراهم می‌کند؟

برای موفقیت CRM سؤالات زیر را در نظر بگیرید و پاسخ آن‌ها را پیدا کنید:

۱. آیا می‌توانید مشتریان خود را هنگام بازدید از وبسایت‌تان، شناسایی کنید؟
۲. آیا راهکاری برای جمع‌آوری اطلاعات بازدیدکنندگان و یا مشتریان دارید؟
۳. آیا بازدیدکنندگان یا مشتریان می‌توانند از اشتراک گذاری اطلاعات شخصی خود، صرف نظر کنند؟
۴. آیا به بازدیدکنندگانی که به وبسایت شما می‌آیند، خدمتی ارائه می‌دهید؟
۵. آیا بازدیدکنندگان یا مشتریان می‌توانند، در وبسایت شما ثبت نام کنند؟
۶. آیا انگیزه‌ای برای ثبت نام بازدیدکنندگان و یا مشتریان وجود دارد؟
۷. آیا سؤالاتی را پیش‌بینی کرده‌اید که بازدیدکنندگان یا مشتریان شما، ممکن

است داشته باشند؟ آیا پاسخ این سؤالات را در وبسایت خود قرار داده‌اید (از طریق پرسش و پاسخ یا مکانیسم دیگری)؟

۸. آیا مقدار قابل توجهی از زمان شما، صرف برقراری ارتباط با مشتریان فعلی برای حل مشکلات آنها است؟

۹. آیا برقراری ارتباط با شما، برای بازدیدکنندگان یا مشتریان آسان است؟

۱۰. آیا مشتریان شما می‌توانند، با یکدیگر تعامل داشته باشند؟

۱۱. آیا راهکاری برای پاسخ‌گویی سریع به درخواست‌ها و سفارشات بازدیدکننده یا مشتری دارید؟

۱۲. آیا بازدیدکنندگان یا مشتریان به راحتی می‌توانند تمام اطلاعات مرتبط در مورد محصولات شما (مانند قیمت‌ها، آپشن‌ها، مشخصات فنی، مقادیر، اطلاعات حمل و نقل، وضعیت سفارش) را در وبسایتان پیدا کنند؟

۱۳. آیا مشتریان می‌توانند سفارش آنلاین داشته باشند؟

۱۴. آیا می‌توانید بر اساس سفارش یا سابقه‌ی خرید مشتری، پیشنهاد محصول داشته باشید؟

۱۵. آیا هنگام ارسال محصول، اطلاعات ردیابی را برای مشتری ارسال می‌کنید؟

۱۶. آیا پس از تکمیل سفارش، مشتریان خود را پیگیری می‌کنید؟

۱۷. آیا می‌دانید کدام مشتریان، سبب رونق گرفتن کسب‌وکارتان می‌شوند؟

۱۸. آیا سیاست حفظ حریم خصوصی و بیانیه‌ای مبنی بر آن، در وبسایت خود دارید؟

## چطور نرم افزار CRM بخریم؟

توضیح این مورد جامع و طولانی است. برای همین یک فایل ویدیویی برایتان آماده کرده‌ایم. کافی است روی تصویر زیر کلیک کنید.



## روند آینده

CRM طی دهه‌های اخیر توسعه یافته و با پیشرفت فناوری‌های جدید که تعامل کسب و کارها را با مشتریان افزایش داده است، به تکامل خود ادامه خواهد داد. کسب و کارها باید آماده باشند تا CRM را با رفتارهای جدید مشتری در یک بازار پویا، سازگار کنند. چندین روند CRM وجود دارد، که مشاغل مختلف می‌توانند از آنها استفاده کنند.

## دسترسی آسان

با محبوبیت بیشتر فناوری‌هایی مانند گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها، مشتریان به طور فزاینده‌ای در تمام ساعات روز آنلاین هستند. این فناوری‌های جدید تلفن همراه، ارتباطی بی‌واسطه بین مشتری و کسب‌وکار ایجاد می‌کنند که پیش‌تر وجود نداشته است. استراتژی‌های CRM باید با نیازها و انتظارات مشتریان جدید، هم‌سو باشد. به همین دلیل است که نسخه‌های موبایلی نرم‌افزار CRM روز به روز محبوب‌تر می‌شوند.

## ادغام CRM در فرآیند کسب‌وکار

انبوهی از اطلاعات در مورد مشتریان، روند فروش و موارد مؤثر بر کسب‌وکار، از طریق سیستم‌های CRM پیشرفته در دسترس قرار می‌گیرد. از بازاریابی و فروش گرفته تا خدمات مشتری و مدیریت اجرایی، CRM باید در تمام زمینه‌های فرآیند کسب‌وکار ادغام شود. باید همه‌ی کارکنان در فرآیند CRM درگیر شده و با نیازهای مشتری هماهنگ باشند.

## تجربه‌ی ارتباط با مشتری

مشتریان در معرض انتخاب انبوهی از برندها قرار دارند. اگر کسب‌وکارها می‌خواهند

مشتریان را جذب و حفظ کنند، باید کاری بیش از ارائه‌ی اطلاعات انجام دهند: آنها باید تأثیر عاطفی پایداری در روابط خود با مشتری ایجاد کنند. ابزارهای جدید CRM اطلاعاتی را در اختیار کسب‌وکارها قرار می‌دهد، که برای درک مشتریان و نوع تجربیاتی که برایشان جذاب است، نیاز دارند.

A stylized logo of the Persian word 'دردار' (Dardar), which means 'doctor' or 'healer'. The letters are thick and rounded, rendered in a teal color. The logo is centered at the bottom of the page.

★★★★★  
به صرفه ترین راهکار!

★★★★★  
بیشترین رضایت مشتری!

★★★★★  
نهایت سادگی!

## نرم افزار CRM دیدار

می تواند فروش شما را تا ۳۰۰٪ افزایش دهد!

استفاده از نرم افزار CRM دیدار، علاوه بر ایجاد تحول در فروش و ارتباط شما با مشتریان با گزارشات خود به شما کمک می کند که تصمیمات هوشمندانه و دقیقی برای توسعه کسب و کارتان بگیرید.

اکنون ۹۱ درصد کسب و کارهای کوچک و متوسط در دنیا برای مدیریت بخش فروش شان از CRM استفاده می کنند.

بعد از شروع به استفاده از دیدار

چه اتفاقی می افتد؟



## یک ساعت بعد از شروع :

پیگیری جاری شما منظم، دقیق و سریع شده و دیگر شما هیچ پیگیری را از دست نخواهید داد. هیچ دقیقا یعنی هیچ



## یک هفته بعد از شروع :

داده‌های قدیمی مشتریان شما وارد دیدار شده و شما یک پایگاه داده‌ای متمرکز + به روز از مشتریان و خریدهای آنها خواهید داشت.



## یک ماه بعد از شروع :

حداقل (حداقل) روزی بین ۱ تا ۲ ساعت در زمان کارمندان فروش شما که قبل صرف جستجوی اطلاعات بین فایل‌ها، یادداشت‌ها و حافظه‌شان می‌شد صرفه‌جویی می‌شود.



## سه ماه بعد از شروع :

می‌توانید یک شب دل‌انگیز با یک چای تازه دم در آرامش گزارشات ۳ ماه را در CRM دیدار بررسی و پیشنهادهای هوشمندانه از اطلاعات جمع‌آوری شده به تیم‌تان بدهید.



## شش ماه بعد از شروع و استفاده درست از دیدار :

نرخ تبدیل‌تان تا ۳۰۰ درصد افزایش پیدا می‌کند. پروسه پیگیری و ارتباط با مشتریان کامل مستقل از افراد می‌شود. شما دقیقا می‌دانید کدام تبلیغات شما بهتر کار می‌کند، پروسه فروش شما چگونه است؟ کدام کارمند فروش بهتر تبدیل می‌کند و ... از این که کسب و کارتان در کنترل شما به شدت احساس آرامش می‌کنید.



برای استفاده ۱۵ روز رایگان از دیدار روی دکمه زیر کلیک کنید  
یا QR کد را اسکن کنید.



۱۵ روز رایگان