



Rheoli Cysylltiadau Cwsmeriaid (CRM)

Mae Rheoli Cysylltiadau Cwsmeriaid, neu CRM, yn ffordd o wneud busnes a all weddnewid perfformiad a rhagolygon elw sefydliad.

Ei nod yw rhoi blaenoriaeth i'r cwsmer – ond er y dylai'n sicr fod o gymorth wrth geisio gwella profiad y cwsmer, yn bendant nid yw'n golygu mai'r 'cwsmer sy'n iawn bob tro' yn unig.

Yn hytrach, addewid CRM yw y bydd deall eich cwsmeriaid presennol a rhai'r dyfodol, eu sefyllfaoedd, eu hanghenion a faint o werth allant gynnig i'ch busnes, yn eich galluogi i wneud penderfyniadau deallus.

Nid cynnyrch yw CRM, na thechnoleg ychwaith, er bod darparwyr systemau CRM yn cynnwys enwau mawr fel Microsoft, Sage a Salesforce. Ffordd o weithio ydyw: un a allai, mewn egwyddor, gael ei gyflawni gyda phapur a phensel, ond yn amlwg mae'n llawer haws os ceir cefnogaeth yr amryw o offer TG a ddatblygwyd i sicrhau CRM effeithiol.

Ar gyfartaledd, mae 23% o ddata sefydliad yn anghywir, yn anghyflawn, neu wedi dyddio. (Ffynhonnell: Score More Sales)

Beth Yw Rôl y Dechnoleg?

Fel y nodwyd uchod, nid yw CRM yn dechnoleg fel y cyfryw, ond yn ymarferol mae'n dibynnu ar dechnoleg yn sicr. Yn sylfaenol, mae rhaglen fel cronfa ddata o gysylltiadau yn fath o CRM, oherwydd pan gaiff ei rhannu gan eich holl gyflogeion gall gynnig un o fanteision mwyaf CRM: casglu'r holl wybodaeth am bob un cwsmer, neu gwsmer posib, mewn un lle canolog. Mae hyn yn rhoi mynediad i bawb i fanylion y cwsmeriaid, fel nad yw gwaith yn cael ei ddyblygu ac osgoi camgymeriadau. Ond ar gyfer busnesau llai hyd yn oed, mae systemau CRM llawer mwy soffistigedig ar gael. Tri chategori pwysig yw awtomeiddio gweithlu gwerthiant (SFA), gwasanaeth cwsmer a marchnata.

Awtomeiddio gweithlu gwerthiant

Mae meddalwedd SFA, a elwir weithiau yn system reoli gweithlu gwerthiant, yn cefnogi'r tîm gwerthiant drwy ddarparu un ystorfa o wybodaeth lle cofnodir manylion am gwsmeriaid a chysylltiadau. Mae hyn yn sicrhau bod gan bob unigolyn sy'n delio â chwsmer fynediad at ei broffil llawn – yn amrywio o hanes archebu i fanylion pitw. Drwy hyn mae gan aelodau o'r tîm gwerthiant well gwybodaeth ac nid ydynt yn tarfu ar gwsmeriaid drwy ofyn am yr un wybodaeth droeon.

Gall nodweddion eraill o becyn SFA gynnwys cofnodion o werthiant addawol posib, ynghyd â'r gallu gan reolwyr i bennu pa weithrediadau sydd eu hangen nesaf ar gyfer cwsmer neilltuol, ac i roi'r cyfrifoldeb am y dyletswyddau hynny i aelod o'r tîm. Ac wrth gwrs, bydd y system yn cynnig offer adrodd fel rhagolygon gwerthiant.

Gyda chymaint o weithwyr ym maes gwerthiant yn symud o un lle i'r llall, mae'r gallu i gael mynediad at system SFA drwy ffôn deallus yn fantais fawr.



Gwasanaeth cwsmeriaid

Mae meddalwedd ar gyfer gwasanaeth a chymorth cwsmeriaid yn dilyn egwyddor debyg o roi data'r cwsmer wrth wraidd gwaith y busnes. Gellir ei defnyddio, er enghraifft, i dracio cysylltiadau â chanolfan alwadau, rhoi'r wybodaeth ddiweddaraf i asiantau ar statws ymholiad neu broblem, a rheoli eu llif gwaith.

Marchnata

Yn yr adran farchnata, mae meddalwedd CRM yn chwarae amryw o rolau. Ar lefel strategol, gellir ei ddefnyddio i ddadansoddi data a gedwir gennych ar gwsmeriaid – pa un ai'n uniongyrchol drwy ymchwil, neu fel rhan o gynnal busnes – er mwyn adnabod gwahanol fathau, a thargedu'r ymdrech farchnata tuag at yr hyn sydd fwyaf proffidiol. Ar y llaw arall, gellir defnyddio data ar foddhad cwsmeriaid i ddarganfod pa rannau o'r busnes sydd angen eu gwella. Ac mae CRM mewn marchnata yn cynnwys y defnydd o feddalwedd i fesur perfformiad gwahanol ymgyrchoedd a sianelau hefyd, er enghraifft dangos i chi a fyddai'n fwy cynhyrchiol buddsoddi yn eich gwefan eich hun ynteu hysbysebu ar wefannau eraill.

Dadansoddi data

Mae nifer o becynnau CRM hefyd yn integreiddio gyda chyfryngau cymdeithasol, gan gasglu a dadansoddi data o'r math cynyddol boblogaidd hwnnw o gyswllt â chwsmeriaid. Mae'r holl raglenni CRM hyn yn galw am ddadansoddi swm sylweddol o wybodaeth fanwl iawn ar gwsmeriaid a sut maent yn berthnasol i'r busnes – llawer mwy o fanylder nag y bydd uwch reolwr ei angen. Felly fel arfer mae'n bosibl gweld trosolwg ar ffurf dangosfwrdd o'r canlyniadau allweddol yr ydych wedi eu nodi fel rhai allweddol i'ch busnes.

Pa Fuddion Busnes Allaf i eu Disgwyl

Ar y lefel reoli, un o fanteision mwyaf CRM yw ei fod o gymorth i chi benderfynu pwy yw eich cwsmeriaid mwyaf proffidiol – fel unigolion neu fel grwpiau – heddiw ac i'r hirdymor. Mae'n eich galluogi hefyd i adnabod yn union pa gwsmeriaid sydd â gwerth hirdymor negyddol, y rhai nad ydych am eu cadw lle bydd y gost o'u cael a'u gwasanaethu'n uwch na'r incwm a gewch ganddynt.

Mae'n wybodaeth bwerus, yn eich galluogi i roi'ch pwyslais a'ch adnoddau ar y pethau mwyaf proffidiol ac i asesu effaith tebygol strategaethau a chynnyrch newydd yn well.

Ar lefel dydd i ddydd, mae CRM yn cynnig cymorth ymarferol hefyd i dimau gwerthiant a marchnata. Gall cynhyrchiant y gwerthwyr wella wrth iddynt gael mynediad uniongyrchol at yr wybodaeth ddiweddaraf ar gwsmeriaid, ac nid oes angen iddynt wastraffu amser yn casglu data sydd eisoes yng ngafael y busnes – neu wneud camgymeriadau.

Bydd marchnata, ar y llaw arall, yn medru dadansoddi a neilltuo eich sylfaen o wir gwsmeriaid a'ch cwsmeriaid posib, mewn ffordd fwy effeithlon a deallus, gan ddysgu hefyd pa ddulliau marchnata sy'n talu ar eu canfed.

Bydd cwsmeriaid yn elwa hefyd wrth gwrs. Dylai eu profiad gyda'ch sefydliad chi fod yn fwy llyfn a chywir ac wedi ei deilwra i'w hanghenion unigol, yn sgil gwell safon o wybodaeth a gynnigir i chi gan CRM.



Cychwyn Arni

Nid oes raid i brosiect CRM fod yn un mawr o'r cychwyn cyntaf – yn wir, gall fod yn fanteisiol dewis y pethau buddiol symlaf i ddechrau, gan ganolbwyntio ar feysydd sydd yn haws ac yn fwy cost effeithiol i'w rhoi ar waith, ac yn hawdd i'w mesur. Nid yn unig y bydd y rhain yn fanteisiol o safbwynt yr hyn a eglurwyd eisoes, ond byddant o gymorth hefyd wrth geisio addysgu pawb yn y busnes ynglŷn â manteision CRM.

Nid prosiect TG yn unig yw hwn

Hyd yn oed os bydd eich prosiect cyntaf yn un bach, mae'n hanfodol cynllunio ar ei gyfer a chael pob adran berthnasol ynghlwm: cofiwch nid cyfrifoldeb TG yn unig yw CRM. Felly, yn ogystal â TG, dylai'r tîm sy'n llywio'ch prosiect TG gynnwys cynrychiolwyr o adrannau gwerthiant a marchnata yn ogystal â meysydd eraill fel cefnogaeth a pheirianwaith a all gyfrannu data ar gwsmeriaid neu ddysgu o'r data hwnnw. Rhaid cynnwys yr adran gyllid hefyd: bydd buddion y CRM i'r waelodlin i'w hystyried dros yr hirdymor ac mae'n hanfodol deall mai buddsoddiad i'r dyfodol ydyw.

Adnabod nodweddion eich cwsmeriaid

Yna, bydd angen i chi adnabod yr holl ffyrdd y bydd cwsmeriaid yn ymgysylltu â'ch sefydliad, y math o ddata sydd gennych eisoes amdanant, a data arall y gallwch ei gael. (Os ydych yn gweithredu ar-lein, mae'n debyg y bydd gennych lawer iawn o ddata eisoes, hyd yn oed os nad ydych wedi ei ddadansoddi eto.)

Mae rhai nodweddion cwsmer fel lleoliad ac ymddygiad prynu yn amlwg ac yn briodol i bob busnes, pa un ai'n marchnata i ddefnyddwyr neu busnes i fusnes; mae eraill yn dibynnu ar eich sector neilltuol. Er enghraifft, os ydych yn gwerthu teganau, mae oed plant eich defnyddwyr yn wybodaeth ddefnyddiol, ac os ydych yn cyflenwi deunydd adeiladu to i adeiladwyr, mae'r hinsawdd yn eu gwlad nhw'n fwy perthnasol.

Deall eich data

Mae penderfynu pa ddata sy'n bwysig i chi, a sut all y berthynas rhwng gwahanol ddata fod o gymorth i chi wrth geisio deall eich busnes yn well a'i wella, yn gam allweddol wrth ddiffinio'r hyn y dymunwch i'ch prosiect CRM ei gyflawni. A fyddwch chi'n colli gwerthiant posib o ganlyniad i brinder yn eich detholiad o deganau ar gyfer oedran y bydd llawer iawn o blant eich cwsmeriaid yn ei gyrraedd yn fuan? Os bydd nifer o'r adeiladwyr hynny yn gosod ffenestri'r un pryd â gosod teils to, a fyddai'n syniad da gwerthu'r rheiny hefyd? Gall eich cwestiynau fod yn rhai cyffredinol neu'n fwy penodol, ond mae'n bwysig datgan yn glir yr hyn yr hoffech ei ddysgu gan CRM.

Yna gallwch fynd ymlaen i ddiffinio'r dangosyddion perfformiad a ddywed wrthych faint o gymorth y mae'r mewnweddiad a gynigir gan CRM yn ei roi i chi'n wirioneddol. Ydych chi'n dymuno gweld gwerthiant yn cynyddu? Llai o Nwyddau a ddychwelir?

Ystyriaethau meddalwedd

Gyda chynllun CRM yn cwmpasu'r hyn y gall CRM ei wneud i'r busnes a sut y cyflawnir hynny, gallwch o'r diwedd gychwyn chwilio am systemau meddalwedd posib ac ystyried sut i'w rhoi ar waith, a'u heffaith ar arferion gwaith.



Ymagwedd SaaS

Yn gynyddol, cynigir CRM ar sail y model meddalwedd fel gwasanaeth, neu SaaS (gweler ein canllaw ar SaaS i ddysgu rhagor am hyn). Yn hytrach na'i redeg ar eich cyfrifiaduron a rhydwai eich hun, y cwbl sydd ei angen yw talu ffi tanysgrifiad i ddarparwr meddalwedd ac yna cael mynediad dros y rhyngwyd at yr offer CRM sydd eu hangen arnoch.

Mae manteision SaaS ar gyfer CRM yn cynnwys cysylltiad agos rhwng costau ac union ddefnydd, rhyddid rhag y cyfrifoldeb o gynnal a chadw a diweddarau meddalwedd, a ffordd hawdd o weithio o bell – sy'n ddelfrydol ar gyfer y tîm gwerthiant symudol. Gyda'i gilydd mae'r ffactorau hyn o gymorth wrth geisio datrys nifer o'r pryderon gwreiddiol ynglŷn â CRM y gallai fod yn rhy ddrud a chymhleth i fusnesau llai. Serch hynny, wrth ddewis y llwybr SaaS bydd angen i chi ystyried goblygiadau cyfreithiol diogelwch a phreifatrwydd data gan y byddwch yn rhoi gwybodaeth am eich cwsmeriaid yn nwylo trydydd parti.

Mudo data

Pa un ai'ch bod yn dewis defnyddio CRM yn fewnol neu drwy SaaS, bydd angen i chi ystyried sut y bydd eich data presennol ar gwsmeriaid yn cael ei fudo i'r system newydd, a sut y bydd yn cyfathrebu â gwasanaethau meddalwedd neu ar-lein eraill mewn perthynas â chwsmeriaid; system gyfrifon er enghraifft.

Personoli'ch datrysiad

Fe allech ganfod hefyd fod eich sefydliad angen swyddogaethau CRM nad ydynt wedi eu hymgorffori i'r system a ddewiswch. Yn ffodus, mae gan amryw o gynnyrch CRM ryngwynebau rhaglennu cymwysiaid (APIs) sydd yn ei gwneud hi'n haws i ddatblygwyr greu offer personol a all gysylltu â nhw a'u cynorthwyo.

Unwaith y bydd system wedi ei dewis a'r arbenigwyr technoleg wedi llwyddo i'w chysylltu'n gywir â'ch systemau presennol, bydd yn amser profi, cadw data wrth gefn, allgludo data i'r system newydd, ac wrth gwrs, digon o hyfforddiant – bydd llwyddiant eich prosiect CRM maes o law'n dibynnu ar y bobl sy'n ei ddefnyddio.

Awgrymau Da

Canolbwyntio ar eich data

Safon y data a roddir i mewn sy'n creu system CRM dda, yn ansoddol ac yn feintiol.

Mae integreiddio'n allweddol

Mae'n hanfodol integreiddio gyda systemau eraill, a gall fod yn fwy o her na rhoi'r cynnyrch CRM ei hun ar waith.

Gwnewch y gorau o'ch cwsmeriaid presennol

Os yw adnoddau'n brin, ystyriwch ddefnyddio CRM i gael y gorau o'ch cwsmeriaid presennol, yn hytrach na defnyddio adnoddau yn ceisio ennill rhai newydd.

Byddwch yn greadigol yn eich defnydd o ddata

Gall fod yn agoriad llygad defnyddio'ch CRM i ganfod y pethau na wnaeth eich cwsmeriaid (e.e. y cynnyrch na phrynwyd ganddynt), yn ogystal â'r pethau a wnaethant.



Sefydlwch pa fetrigau fydd yn mesur llwyddiant eich prosiect CRM

Beth fydd o gymorth wrth geisio mesur llwyddiant eich prosiect CRM? Rhagor o gwsmeriaid sy'n dychwelyd? Archebion o werth uwch? Llai o gwynion?

Gwnewch yn siŵr fod pawb yn ymrwymo i'r busnes, o'r brig i'r gwaelod

Cofiwch fod system CRM wael a ddefnyddir yn anaml yn unig, yn wastraff amser.