

CRM

امروزه با توجه به پیشرفت تکنولوژی و افزایش رقابت، مهمترین چالش پیش روی هر سازمان اقتصادی افزایش سود سازمان است. در شرایط دشوار رقابت، ارتباط به هنگام و سازمان یافته با مشتریان مناسب ترین راه افزایش رضایت مشتری، افزایش فروش و در عین حال کاهش هزینه هاست. با توجه به این مسائل مدیریت روابط با مشتریان در سازمان ها، یک استراتژی تجاری به شمار می رود و بسیاری از سازمان های موفق بر این نکته تأکید دارند که حفظ و نگهداری رابطه ای پایدار با مشتریان می تواند آنها را در رقابت یاری رساند. این استراتژی در سازمان های مختلف، برپایه نیازهای سازمان می تواند متفاوت باشد.

نیاز به در اختیار داشتن ابزاری مناسب برای مدیریت روابط با مشتریان از دیر باز احساس می گردید. CRM تصویری کلی و روشن و در عین حال همراه با تمامی جزئیات مورد نیاز از مشتریان را به دست می دهد و این امکان را فراهم می سازد که با هر مشتری ارتباطی ویژه و کارساز برقرار نموده تا هیچ فرصتی برای فروش بیشتر و تأمین بهتر رضایت مشتری از دست نرود.

شرکت مهندسی تذرو افزار در این راستا با آماده سازی بستر نرم افزاری **ITS** که بستری مبتنی بر سیستمهای **BPM(Business Processing Management)** است، اقدام به پیاده سازی و بومی سازی نرم افزار مدیریت روابط با مشتریان را انجام میدهد. اهدافی که در این راستا دنبال میشود به شرح زیر است:

- ✓ یکپارچه سازی عملیات خدمت رسانی به مشتری در کلیه سطوح سازمان
 - ✓ گرد آوری و ایجاد یک بانک اطلاعاتی مناسب از اطلاعات مشتری
 - ✓ سهولت دست یابی به اطلاعات مشتری در عملیات خدمت رسانی توسط بخش های سازمان
 - ✓ به اشتراک گذاری اطلاعات مشتری در بخش های مختلف سازمان
 - ✓ کاهش هزینه های خدمت رسانی
 - ✓ افزایش دقت و کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری
 - ✓ کاهش زمان خدمت رسانی به مشتری
 - ✓ اطلاع از وضعیت سفارش ها و درخواست های در دست بررسی
- از آنجا که استراتژی خدمت رسانی در سازمان ها متفاوت بوده و در نتیجه عملیات خدمت رسانی نیز به اشکال مختلفی در سازمان ها می تواند انجام گیرد، در نتیجه ابزاری قابل انعطاف باید در سازمانها استفاده شود.

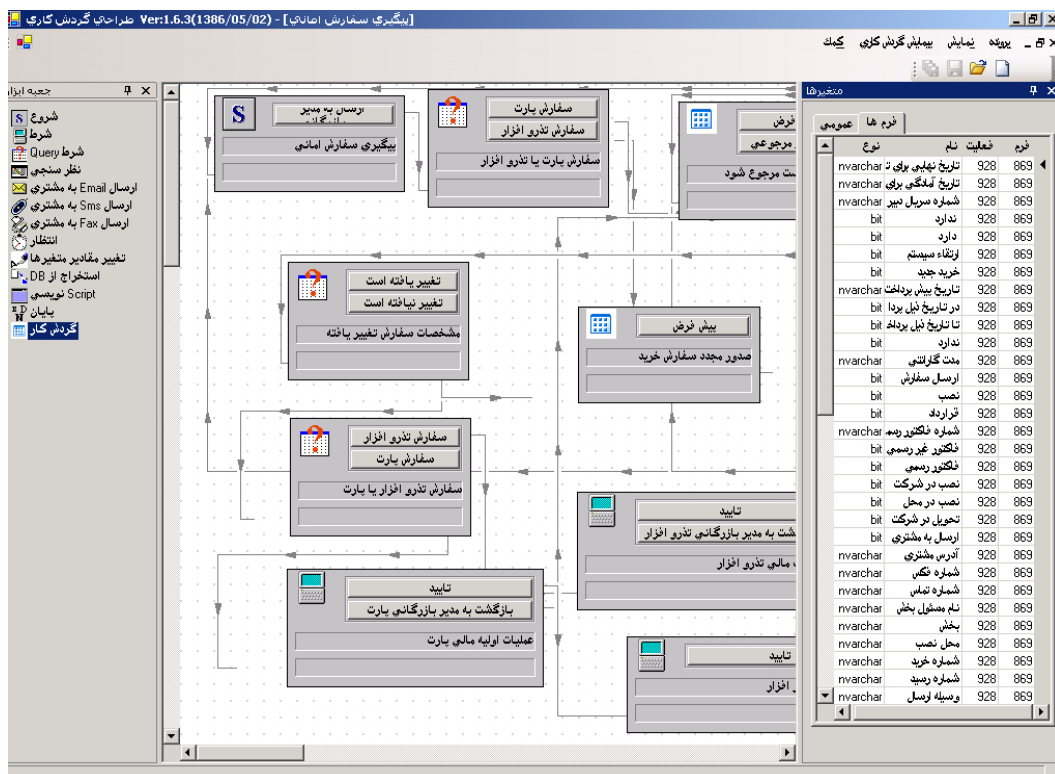
بستر نرم افزاری شرکت تذرو افزار با مطالعه و تحقیقاتی چندین ساله در این زمینه، قادر است تا نیاز سازمان های مختلف را پوشش دهد.

زیرسیستم های پیگیری، برنامه ریزی تماس ها، گزارش دهی، یادآوری و هشدار، ارتباط الکترونیک، پیام رسان، بانک اطلاعاتی جامع، خدمات مشتریان و دیگر امکانات متنوع این نرم افزار به مشتریان این امکان را می دهد که در هر جا و هر زمان خواسته های خود را به شرکت اعلام کرده و اطمینان داشته باشند که چیزی فروگذار و کاری فراموش نمی گردد.

قسمت های مهم نرم افزار به شرح زیر است:

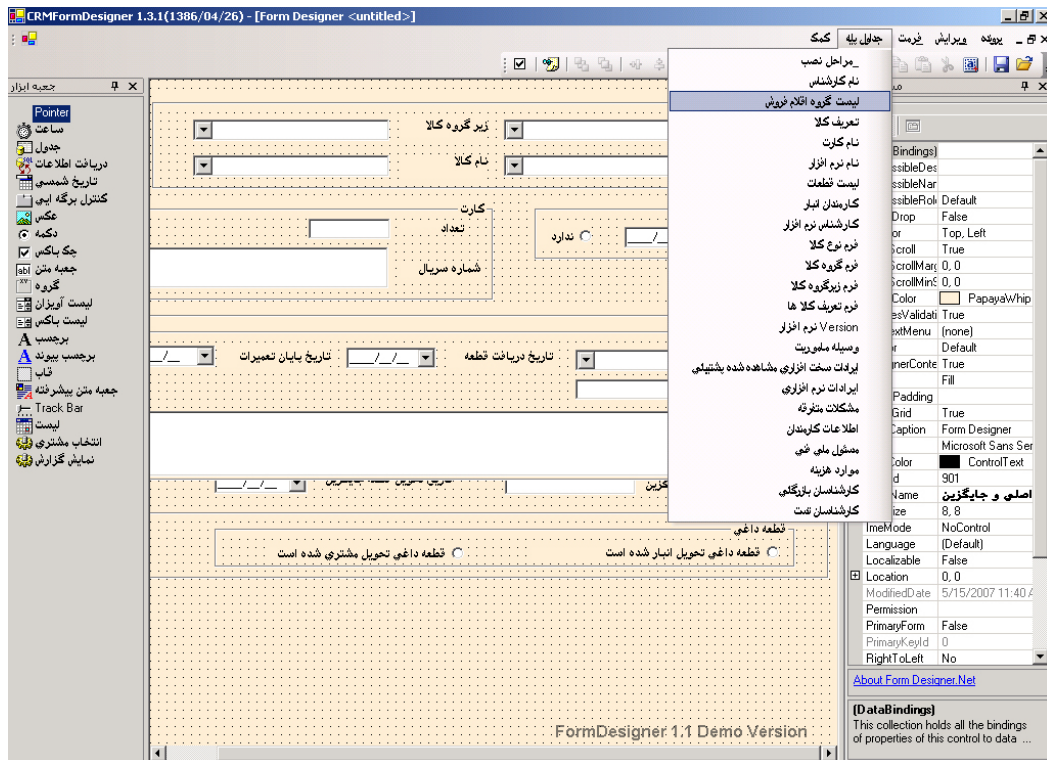
❖ (Work Flow Management)

فرآیندهای اداری از آن دسته فعالیت هایی می باشند که بمنظور خدمت رسانی یا اجرای هدفی خاص، به ترتیب و روندی از پیش تعیین شده انجام می گیرند. خصوصیات و قابلیت های این زیرسیستم عبارتند از:



✓ امکان تخصیص یک فرد یا یک سمت یا یک گروه کاربری برای هر فعالیت

✓ امکان تعریف فرم با فیلدها و حق دسترسی و اتصال آن برای هر فعالیت (Form Generator)



- ✓ امکان تعریف فعالیت های همزمان و چند شرطی در مسیر فرآیندها
- ✓ تعریف دامنه اختیارات هر فرد در هر فعالیت
- ✓ تعریف ارتباط فرآیندهای سازمانی
- ✓ قابلیت تعریف شرط فعال سازی فرآیند
- ✓ مدیریت زمان برای فرآیندهای کاری (طول مدت انجام یک فعالیت)
- ✓ قابلیت تعریف فرآیندها بصورت گرافیکی و بدون نیاز به برنامه نویسی

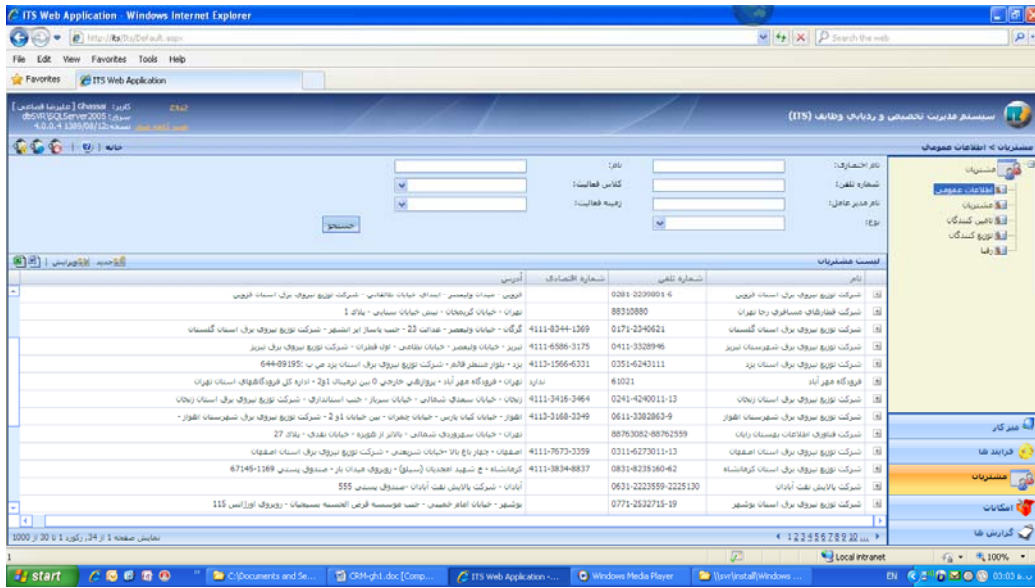
(Task Management)

دسته ای از فرآیندهای سازمانی دارای روند و مسیر از پیش تعیین شده ای نبوده و بسته به نوع کار و موقعیت پیش آمده از فردی به فرد دیگر منتقل می شوند. در این سیستم ابزار مناسبی بدین منظور طراحی شده است که می توان به کمک آن، به مدیریت این فعالیت ها نیز پرداخت.

قابلیت های این زیر سیستم عبارتند از:

- ✓ امکان تعریف این فعالیت توسط هر فردی که مجاز به تعریف فعالیت باشد
- ✓ امکان ابلاغ یک فعالیت توسط یک فرد به شخص دیگر
- ✓ امکان الصاق فایل های صوتی و فرم به فعالیت
- ✓ تنظیم تقویم زمانی برای فعالیت
- ✓ مشاهده وضعیت فعالیت های در دست
- ✓ مشاهده فعالیت های ابلاغ شده توسط یک فرد و وضعیت پیشرفت آنها
- ✓ تعیین میزان اهمیت یک فعالیت به هنگام تعریف آن فعالیت

✓ دسته بندی فعالیت های در دست بر اساس انواع معیارهای تعریف شده برای فعالیت



❖ زیر سیستم مدیریت پرسنل با قابلیت های زیر:
 ✓ تعریف چارت سازمانی



- ✓ تعریف کاربران سیستم
- ✓ مشخصات شناسایی کاربر
- ✓ جدول زمانی حضور کاربر
- ✓ سمت و یا سمت های کارمند
- ✓ تخصیص کاربران به سمت های سازمانی



- ✓ تعریف درختواره مشتریان و گروه بندی
- ✓ تعریف اطلاعات لازم در مورد یک مشتری

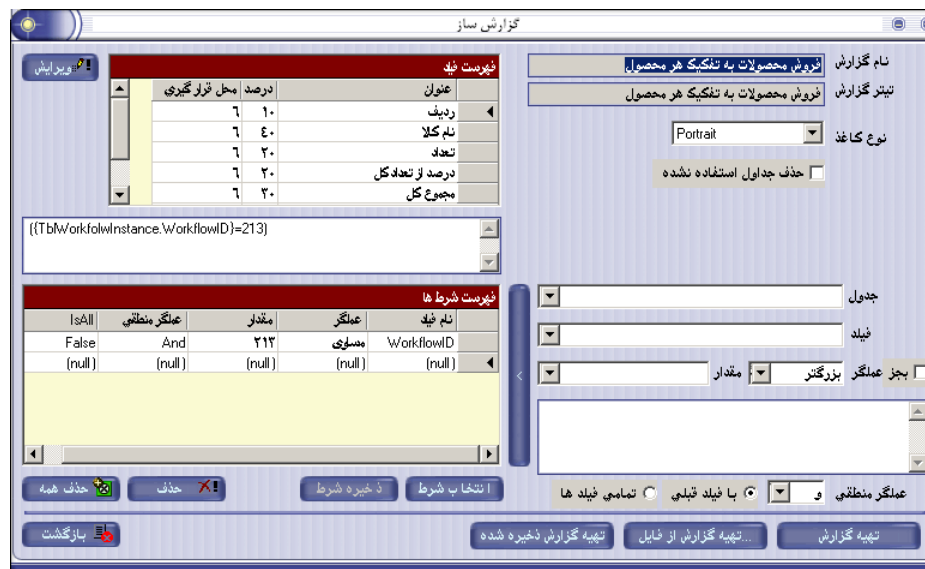


در این سیستم سطوح دسترسی افراد قابل تعریف بوده و اختیارات مدیر سیستم به شرح زیر است:

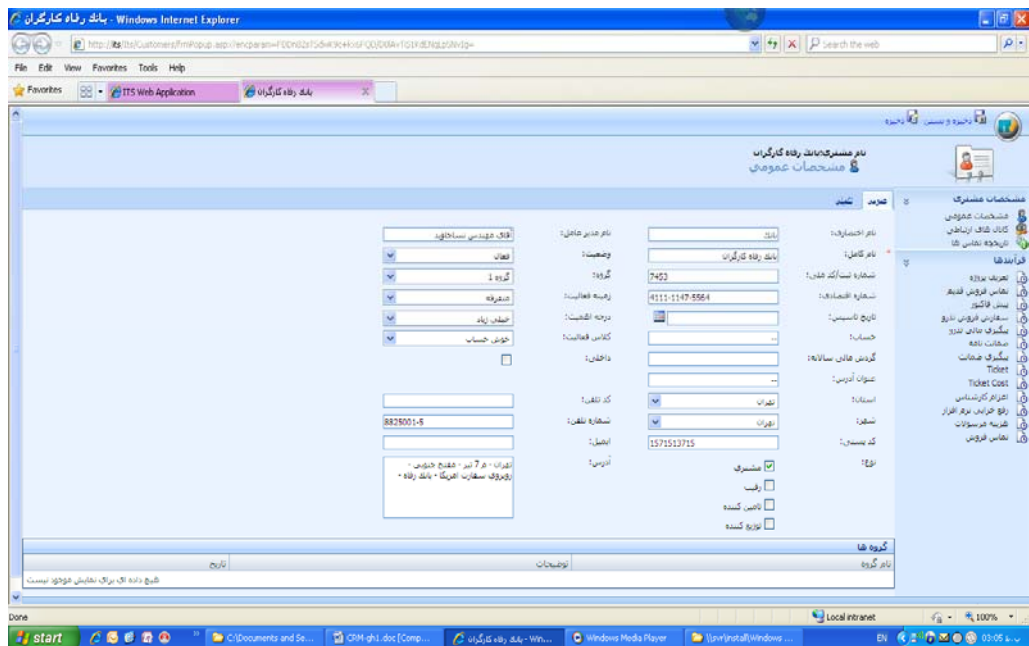
- ✓ تعریف فرآیند
- ✓ تعریف چارت سازمانی و مشتریان
- ✓ تعریف و طراحی فرم های سازمانی
- ✓ تعریف کاربران سازمان
- ✓ تنظیم نوع گزارش های درخواستی بخش های مختلف



موتور تهیه گزارش (Report Generator)، با قابلیت های زیر :



- ✓ سادگی کار با نرم افزار
- ✓ قابلیت تعریف نوع گزارش مورد نیاز در نرم افزار
- ✓ قابلیت اتصال به سایر نرم افزارهای کاربردی موجود، برای تهیه گزارش
- ✓ قابلیت تعریف گزارش بر حسب شرایط چندگانه
- ✓ قابلیت انجام تحلیل برای گزارش
- ✓ قابلیت تعریف گزارش های گرافیکی و غیر گرافیکی



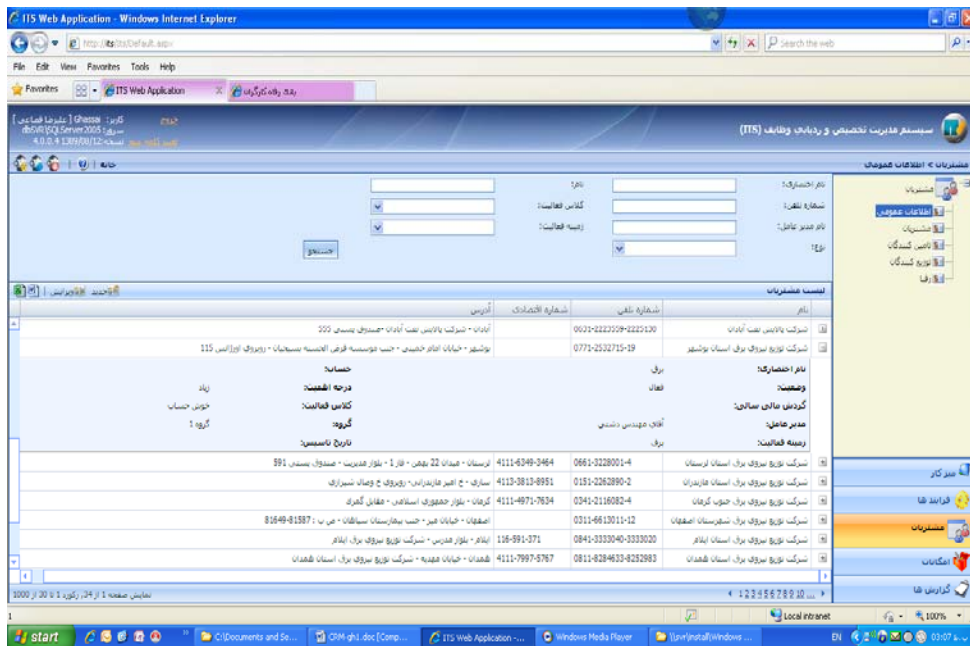
بخش بازرگانی یکی از بخش هایی است که ارتباط مستقیم با مشتریان داشته و دو وظیفه فروش کالا یا خدمات و بازاریابی را بر عهده دارد. با توجه به این که عملیات فروش در سازمان ها متفاوت است، نرم افزار موجود با ساختاری کاملاً جدید امکان پیاده سازی سیستم ها و استراتژی های مختلف فروش را دارا است. عوامل بازاریابی نیز از طریق شبکه های تلفن و یا اینترنت می توانند به صورت دائم در سطحی گسترده در بازار حضور یافته و نیازها و خواسته های مشتری را منعکس نمایند. این بخش نیز از زیر سیستم هایی که در بالا اشاره شد بهره جسته است، که عبارتند از:

✓ مکانیزه کرده بخش فروش و مدیریت بهتر عملیات فروش، بالا بردن امنیت و دقت ، کاهش هزینه و زمان از ویژگی های مهم این بخش است.

✓ مدیریت نیروی فروش نیازمند در اختیار داشتن کلیه اطلاعات است. محیط فراهم آمده امکان بررسی عملکرد کارشناسان، برنامه ریزی و ارزیابی پرسنل فروش را مهیا میسازد. با توجه به متفاوت بودن پروسه فروش در سازمانهای مختلف ، قابلیت انعطاف پذیری این نرم افزار امکان بومی سازی فرایندهای فروش را فراهم می سازد.

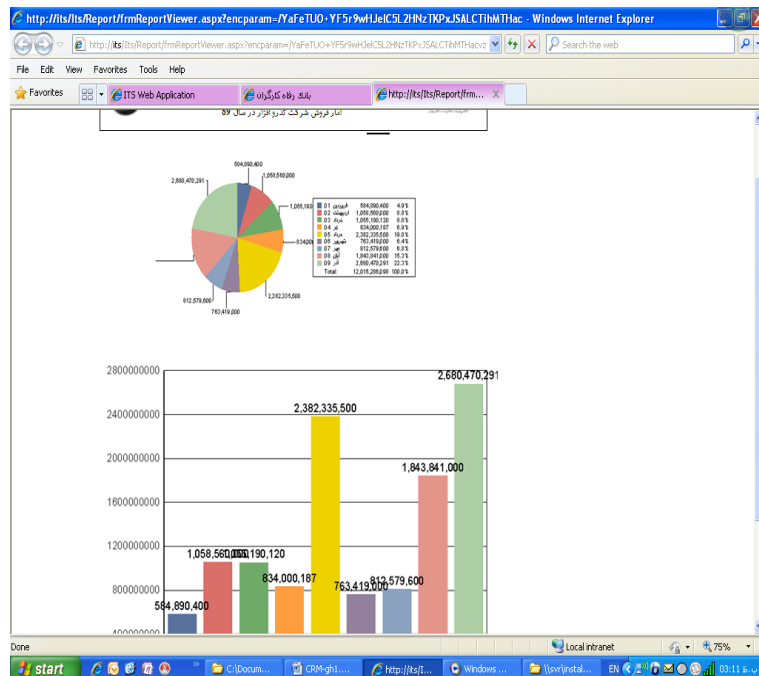
با استفاده از این نرم افزار می توان اطلاعات مربوط به ارتباطات در عملیات فروش را سازماندهی کرد. این ارتباطات ممکن است درون سازمانی یا برون سازمانی باشند. در این زیر سیستم به مدیران فروش اجازه داده می شود تا کارهایی را که بصورت غیر روزمره می باشد، از طریق نامه، تلفن، فکس، E-Mail، و... به پرسنل خود ابلاغ نماید. همچنین انواع کانال های ارتباطی با مشتریان و به روز رسانی اطلاعات از ویژگی های مهم این بخش است .

وجود پرونده برای مشتری و نگهداری یکپارچه کلیه اطلاعات از ویژگی های مهم این سیستم بوده و مدیر فروش قادر است مشتریان را بر اساس معیارهای خود دسته بندی کرده و اطلاعات را در اختیار بخش های مختلف سازمان قرار دهد.



- گزارش های استاندارد در این زمینه عبارتند از:
- گزارش میزان فروش هریک از محصولات
 - گزارش میزان فروش کارشناسان فروش
 - گزارش میزان فروش تیم های فروش
 - گزارش مقایسه میزان فروش کارشناسان و تیم ها بر حسب دوره

- گزارش روند تقاضا برای محصولات به صورت دوره ای
- گزارش عملکرد کارشناسان فروش
- گزارش میزان فروش به تفکیک منطقه و حوزه جغرافیایی - بصورت جدول و گرافیکی



این بخش کاملاً بستگی به فرایندهای سازمان دارد. تنوع فرایندهای خدمات پس از فروش در سازمانهای ایرانی امکان وجود یک راه حل از پیش آماده را میسر نمیسازد. انعطاف پذیری نرم افزار ITS باعث میشود که بتوان پس از شناسایی فرایندهای موجود در بخش خدمات پس از فروش هر سازمان پیاده سازی و بومی سازی کرد. از جمله این فرایندها، Ticketing، اعزام کارشناس، سرویس موردی، تعمیرات، بازدیدهای دوره ای و فرایندهای منتج از آن مانند "رفع خرابی نرم افزار" که یک فرایند داخلی سازمان بوده ولی منتج از فرایند هایی مانند Ticketing است. تعریف شاخص ها (KPI) عامل مهمی در مونیترینگ و مدیریت فرایندهای خدمات پس از فروش خواهد بود و منتج آن رسیدن به اهداف:

- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓

✓

✓

خواهد بود.

شرکت مهندسی تذرو افزار با داشتن تجربه چندین ساله در زمینه شناسایی و آنالیز فرایندهای فروش و خدمات پس از فروش و با استفاده از بستر نرم افزاری ITS ، آرزوها را به واقعیت تبدیل میکند.