

## CRM? De mit takar pontosan ez a fogalom?



### Tudtad-e, hogy?

A CRM igazából csak annyit jelent: **C**ustomer **R**elationship **M**anagement, vagyis „vevő-kapcsolat kezelés”.

#### S most jöjjön néhány tény:

A CRM adatokat ad a marketing részére, például, hogy hogyan és kinek kommunikáljunk a közösségi médiában a cégünkéről?

A CRM adatot ad a pénz-ügynek, kereskedelemnek, pl: mikor kapott ajánlatot, mikor küldtünk megrendelést neki és milyen számlaszámokon ment neki számla?

A CRM adatokat küld kimutatások formájában a vezetőségnek is, pl: mire tartanak még igényt ügyfeleink, s mely ügyfeleink vásárolnak a legtöbbet, a legnagyobb haszonnal?

S ne feledjük azt sem, hogy CRM mindig is létezett, sőt most is van minden cégnél! Csak az információk munkatársaink fejében vannak, sajtócsúszkán, vagy mivel meg sem kérdeztük, csak az ügyfél fejében pihennek.

Ha van ilyen szoftverünk az olyan mintha pontosan tudnánk hol keressük a gyémántot, míg a többiek csak véletlenszerűen keresgélnek.

Mire is jó ez az egész CRM nekünk? Most képzeljünk el egy sima céges folyamatot egy legalább 10 fős cégben:

Indulásnak gyorsan kiszűrjük a létező 1500 fős címlistánkból azokat a cégeket, amelyek már legalább nettó 250e forint értékben vásároltak nálunk + a legutóbbi kampányunkra pozitívan reagáltak, tehát elolvasták a hírlevelünket, a weboldalunkat is meglátogatták, de vásárolni már nem vásároltak. **(ezt meg hogy csináljuk?)**

Miután megkapjuk, hogy 57 cégről van szó, megkérjük az értékesítőinket, hogy repüljenek rá a feladatra és keressék fel a cégeket, mindet egyenként. A mi új termékünk különösen jó, de csak szolgáltató cégeknek és ha legalább 4 telephelyük van az országban **(S ezt honnan tudjuk?)**

Majd mehet a telefonos előszűrés és utána a személyes felkeresés. **(Hova is kell menni és ráér-e a döntéshozó? S ha épp síel?)** Kiballagnak a kollégák, de úgy, hogy pontosan tudják, hogy a kedves ügyfél:

- Mikor vásárolt nálunk eddig?
- Mit kért és mennyiért, s mikor ki adott el neki?
- Miért pont nálunk vásárolt, s mit nem kedvel bennünk?
- Milyen problémái lehetnek most, amire épp nálunk a megoldás?
- Van esetleg lejárt tartozása? S miért van?
- Sajnos a legutóbbi céges rendezvényünkön nem talált magának vege kaját, és ezt némileg nehezményezte. :)

**(ezeket így most mind nyomozzuk ki?)**

Az értékesítők ezek birtokában választanak értékesítési stratégiát és beszélnek ügyfelünkkel (és lehetőleg nem kezdenek el úgy sztorizgatni, hogy: „legutóbb a disznóvágáson..”):

Amikor összejött az üzlet, annak minden részletét feljegyezzük, hogy a program 2 hónap múlva történő automatikus riasztása esetén is tudjuk hol hagytuk abba és megtudjuk elégedett-e azzal amit kapott. **(Még ezt is figyeljük?)** Majd év végén a kimutatásainkból felvilágosulva megköszönjük, hogy már 3 éve velünk dolgozik, hisz tudjuk, hogy ő a legtöbbet költő ügyfelünk! **(számolgassuk ezt is?)** S persze a folyamat kezdődik előlről.

Rendkívül tömören összefoglalva, ha CRM szoftverünk van, akkor ez mind sima ügy és az összes fenti kérdés eltűnik, mert egyértelműen ott van a CRM szoftverünkben MINDEN az ügyfél megbecsüléséhez!

Ha a fentiekben segíthetünk: [www.amtech.hu](http://www.amtech.hu)