



امکانات و مزایای نرم افزار CRM

برای بازاریابی و تیم آن

پارس ویتایگر 

WWW.PARSVT.COM

1

بک پایگاه داده متمرکز اطلاعاتی در سراسر سازمان ایجاد می کند

بک پایگاه داده متمرکز اطلاعاتی در سراسر سازمان ایجاد می‌کند

نرم افزار CRM داده های مشتری (به عنوان مثال، اطلاعات تماس، مکالمات تلفنی، ایمیل، پیامک، پیام تلگرامی، بازخوردهای مشتری، فعالیت های فروش و غیره) را در یک مکان متمرکز ذخیره و سازماندهی می‌کند. ایجاد بک مخزن مرکزی از داده های مشتری به شما کمک می‌کند تا اطلاعات مشتری را در حین جمع آوری آن ها پیدا، سازماندهی و تجزیه و تحلیل کنید، همچنین روندها، الگوها و پینش ها (به عنوان مثال، محبوب ترین محصولات، مؤثرترین پیام های بازاریابی، جمعیت شناسی مشتری) را کشف کنید.



2

اتصال پکیپارچه با کانال های بازاربازی

اتصال بکپارچه با کانال های بازاریابی

با استفاده از نرم افزار CRM، کسب و کارها می توانند اطلاعات مشتری را در تمام بخش های یک سازمان، مانند بازاریابی، فروش و خدمات مشتری به اشتراک بگذارند. هنگامی که این بخش ها دسترسی به داده های مخاطب را به اشتراک می گذارند، کشف بینش های مشتری و ایجاد ارتباطات شخصی سازی شده را آسان تر می کند. بدون CRM، تکرار، نادیده گرفتن با از دست رفتن داده ها در بخش های مختلف آسان است، اما یک CRM در سطح شرکت به تیم بازاریابی اجازه می دهد تا گزارش های مشتری را که حاوی اطلاعات کامل است ایجاد و استفاده کنند. همچنین تضمین می کند که پیام ها در کانال های خاصی هماهنگ و متمرکز

هستند.



۳

اطمینان حاصل کنید که ارتباطات تیمی تسهیل شده است

اطمینان حاصل کنید که ارتباطات تیمی تسهیل شده است

بازارپایی مانند بک قطار است که واکن های آن شامل سایر بخش های مختلف سازمان، مانند: فروش، پشتیبانی و خدمات پس از فروش می باشد. به همین دلیل ارتباطات تیمی برای رسیدن سازمان به اهداف بازارپایی بسیار مهم و حیاتی است. نرم افزار CRM با جمع آوری، به اشتراک گذاری و ایجاد بسترهای نرم افزاری برای تسریع و تسهیل کار تیمی، سازمان را برای رسیدن به این هدف، توانمندی سازد.



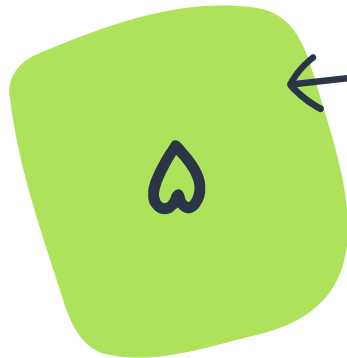
۴

تمام ارتباطات و تعاملات با مشتریان را مدیریت کنید

تمام ارتباطات و تعاملات با مشتریان را مدیریت کنید

با داشتن سابقه و تاریخچه ای از تعاملاتی که یک مشتری بالقوه با مشتری بالفعل با شرکت شما داشته است، می توانید مرتبط ترین ارتباطات بازاریابی را در زمان مناسب و بطور شخصی سازی شده ای ارائه دهید.





ثبت و ورود خودکار اطلاعات

ثبت و ورود خودکار اطلاعات

وقتی بازدیدکننده وب سایت فرمی را برای دریافت محتوای رایگان با ارزش پیشنهادی، عضویت در خبرنامه و با درخواست نسخه آزمایشی و مشاوره را تکمیل می‌کند، اطلاعاتی همچون نام و آدرس ایمیل او به طور خودکار در CRM شما تکمیل می‌شود. از طرف دیگر می‌توانید اطلاعات را از روش‌های مختلف دیگر مانند دریافت پیامک، API و غیره بطور خودکار در CRM ثبت کنید.



۶

درک بهتری از مخاطبان هدف خود داشته باشید

درک بهتری از مخاطبان هدف خود داشته باشید

CRM اطلاعات مشتری را متمرکز می‌کند و به شما این امکان را می‌دهد که تصویر کاملی از مشتریان خود ایجاد کنید و هرگونه تغییر را با رشد کسب و کار خود پیگیری کنید.

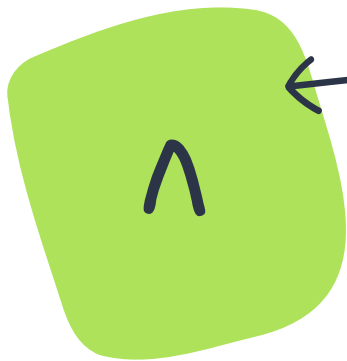




مشترکان جدید پیدا کنید

می‌توانید از آنچه در مورد ترجیحات مشتریان فعلی یاد گرفته اید برای ایجاد کمپین‌های بازاریابی هدفمند برای مشتریان بالقوه با علائق مشابه استفاده کنید.





گدایش ها و ترجیحات مخاطب را شناسایی کنید

گرایش ها و ترجیحات مخاطب را شناسایی کنید

نرم افزار CRM به شما کمک می کند تا الگوهای موجود در داده ها را کشف کنید تا بفهمید مخاطبان شما چه چیزی را دوست دارند و در نتیجه به شما کمک می کند با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید.



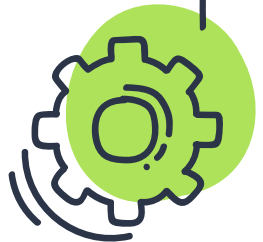
۹

تقسیم بندی و هدف گذاری گروه های مشتریان

تقسیم بندی و هدف گذاری گروه های مشتریان

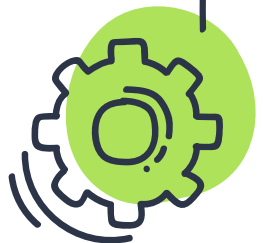
هنگاهی که عواملی مانند موقعیت جغرافیایی، نوع صنعت و با پیشینه، علائق و تاریخچه خرید مشتریان خود را می دانید، می توانید تلاش های بازاریابی خود را روی مشتریان که به محصولات و خدمات شما علاقه مند هستند، متمرکز کنید.

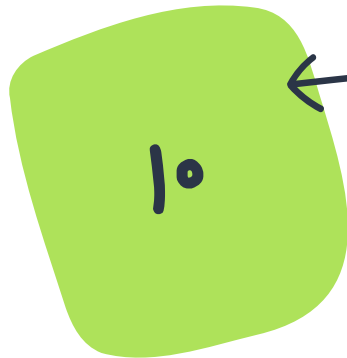
نرم افزار CRM به کسب و کارها امکان می دهد مشتریان را به گروه هایی بر اساس طیف وسیعی از ویژگی ها تقسیم کنند، مانند عوامل جمعیت شناسی (به عنوان مثال، سن، موقعیت جغرافیایی، سمت شغلی، صنعت، اندازه شرکت) و فعالیت ها (مانند خریدهای اخیر و گذشته، ترجیحات شخصی).



تقسیم بندی و هدف گذاری گروه های مشتریان

این اطلاعات بازار با بان را قادر می سازد تا دسته بندی های تعریف شده ای ایجاد کنند و سپس پیام های بازار با پی خود را برای هدف قرار دادن گروه های بسیار خاصی از مشتریان شخصی سازی کنند. بازار با بان همچنین می تواند کمپین های بازار با پی ایمیل، پیامک، تلگرام، فکس و بسیار هدفمندی ایجاد کند که می تواند معیارهای بازار با پی و درآمد را افزایش دهد.



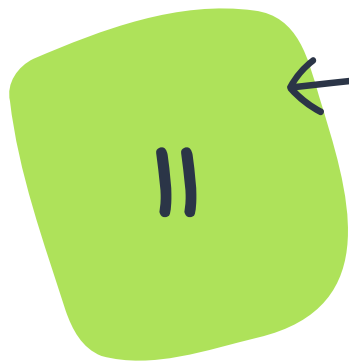


خودکارسازی امور بازارپایی

خودکارسازی امور بازاریابی

نرم افزار CRM می تواند بر اساس الگوهای از پیش تعریف شده و بر اساس وضعیت و موقعیتی که مشتری در طول سفرش (سفر مشتری) قرار دارد، پیام های شخصی سازی شده ای را بصورت ایمیل، پیامک، تلگرام و... را بصورت خودکار ارسال کند.





ایجاد محتوای شخصی سازی شده

ابجاد محتوای شخصی سازی شده

مردم از پیام های بازاریابی غیر شخصی که با مقدمه های عمومی مانند «مشتری عزیز» شروع می شود، بیزارند. از آنجایی که نرم افزار CRM اطلاعات زیادی در مورد مشتریان شما ارائه می دهد، می توانید ارتباطات را برای هر فردی که با آنها تماس می گیرید، سفارشی و شخصی سازی کنید.

داشتن اطلاعات دیگری در مورد مشتری، مانند تاریخچه خرید و ترجیحات آنها، و همچنین یادداشت هایی در مورد ارتباطات قبلی، به شما امکان می دهد پیامی متناسب با هر مشتری ایجاد کنید. برای مثال، می توانید درباره ابره ها و فرصت ها بحث کنید، اطلاعات مفیدی ارائه دهید و مکالمه را مطابق با یک مشتری خاص هدایت کنید. این سطح از محتوای شخصی سازی شده منجر به افزایش نرخ پاسخ، درک مثبت تر از برند و درآمد بالاتر می شود.



۱۲

توانایی ایجاد، آزمایش، پیگیری و بهبود کمپین های بازاریابی

توانایی ایجاد، آزمایش، پیگیری و بهبود کمپین های بازاریابی

مشاهده اینکه کدام تلاش های بازاریابی بیشترین درآمد را به همراه دارد، توانایی ردپای سرخ ها از منبع تا فروش، بررسی نرخ بازگشت سرمایه هر کمپین، دستیابی به این بینش که کدام تلاش های بازاریابی نتیجه می دهند و کدام یک باید بهبود یابند یا متوقف شوند، بخشی از امکانات نرم افزار CRM است.



۱۳

دانشبورد مدیریت و گزارش ساز

داشبورد مدیریت و گزارش ساز

گزارشات موجود در داشبورد نرم افزار CRM، به بازارپایان پینش سریعی از آنچه در هنگام اجرای کمپین های بازارپایی در حال وقوع است، می دهد. همچنین گزارش ساز نرم افزار، امکان ایجاد گزارشات و آمارهای پیچیده را در سریع ترین زمان ممکن، مهیا می سازد.



۱۴

ابزارهایی برای حمایت از رشد کسب و کار

ابزارهایی برای حمایت از رشد کسب و کار

با استفاده از نرم افزار CRM برای جمع آوری داده های مخاطبان و کسب اطلاعات بیشتر در مورد مشتریان فعلی خود، می توانید تحقیقات خود را برای یافتن و برقراری ارتباط با مشتریان بالقوه در بازارهای موجود و جدید اعمال کنید. همچنین می توانید با استفاده از اطلاعاتی که در پایگاه اطلاعاتی مشتریان خود جمع آوری کرده اید، وفاداری مشتری را بهبود ببخشید. کسب و کارهای کوچکی که بودجه بازاریابی زیادی ندارند می توانند از نرم افزار CRM برای گسترش منابع خود و حمایت از رشد کسب و کار استفاده کنند. یک کسب و کار کوچک به جای بازاریابی برای تعداد زیادی از مشتریان بالقوه، می تواند افرادی را که به احتمال زیاد محصولات با خدمات را خریداری می کنند شناسایی کند و منابع بازاریابی را در آنجا متمرکز کند.



بهتر است بدانید:

- * ۸۰٪ از افرادی که از اتوماسیون بازاریابی CRM استفاده کرده اند، شاهد رشد تعداد سرنخ و ۷۷٪ از آن ها شاهد رشد نرخ تبدیل خود بودند.

بہتر است بدانید:
۴۷٪ از کاربران CRM، از تاثیر این نرم افزار روی رضایت
مشتری در سال ۲۰۱۵ خبر داده اند.

بہتر است بدانید:

۸۲٪ از مشتری‌ها بدلیل احساس عدم ارزشمندی و اینکه به آن‌ها اهمیت داده نمی‌شود، کسب و کار شما را ترک میکنند.

بہتر است بدانید:
دسترسی راحت به اطلاعات کاربران، افزایش رضابتمندی
۷۴٪ را برای کاربران به دنبال داشته است.

بامادرارتباطباشید:

03191007879

www.parsvt.com

info@parsvt.com

