

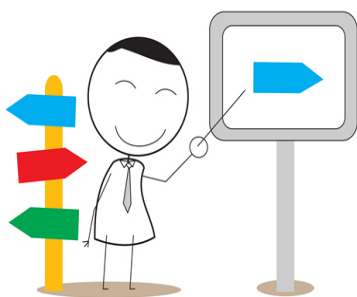
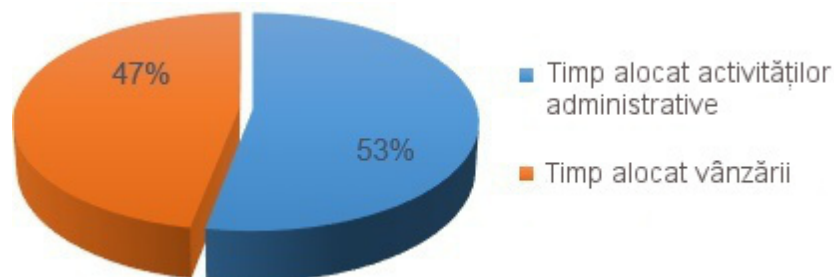


**7 MOTIVE
PENTRU CARE
SA FOLOSITI UN
SISTEM CRM IN
VANZARI**

Clasica problemă cu care se confruntă departamentul de vânzări din cadrul unei companii este durata procesului de vânzare. Însă, ceea ce stă la baza îngreunării unui astfel de proces, sunt aspecte administrative legate de crearea rapidă a unor baze de date relevante, precum și prioritizarea și organizarea activităților în funcție de importanța acestora.



Conform celor spuse anterior, s-a constatat faptul că 47% din timpul unui reprezentant de vânzări este alocat vânzării propriu-zise, restul de 53% fiind distribuit activităților administrative.



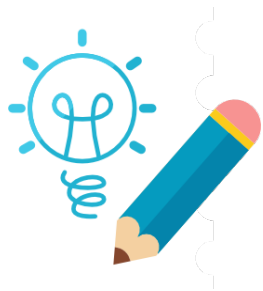
În momentul de față, indiferent de industrie, managerii pun din ce în ce mai mult accent pe creșterea eficienței la locul de muncă și ușurarea task-urilor pe care le au angajații, încercând să adopte tot felul de strategii pentru a merge în direcția dorită.

Ce cred managerii despre sistemul CRM?

De obicei, managerii de vânzări văd implementarea unui sistem CRM ca o modalitate ușoară de a stoca și centraliza informațiile, de a monitoriza procesele de vânzare, cât și performanțele obținute de angajați și nu în ultimul rând, de a opta pentru metode de optimizare a strategiilor abordate.

Potrivit statisticilor obținute pe baza research-ului realizat de Tech New World în 2012, 54% din companii înregistrează o creștere a vânzărilor în urma implementării unui sistem CRM, fiind mult mai deschise când vine vorba de un astfel de software.





Ceea ce vrea să transmită un sistem CRM nu este legat de cum ar îmbunătăți viața reprezentanților de vânzări, ci mai degrabă cum îi ajută să își eficientizeze munca și să-și crească potențialul.

Așadar, cum poate implementarea unui astfel de software să ajute departamentul de vânzări?

Accesibilitate și ușurința de a lucra



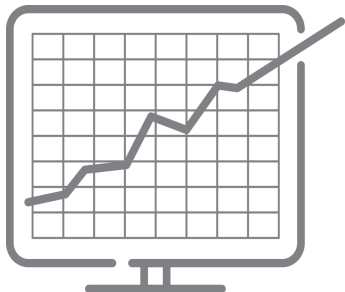
Sistemul dispune și de o interfață pentru mobile ceea ce permite accesul utilizatorilor de oriunde, putând cu ușurință să modifice statusul activităților și să dezvolte bazele de date cu clienți.

Managementul timpului este cheia succesului

Oferă o bună manageriere a timpului, utilizatorii putându-și optimiza programul zilnic și prioritiza task-urile, astfel încât să fie siguri că nu au omis niciun client și că pot contacta prospeții în timp util. CRM pune bazele unei relații puternice cu clientul.



Măsoară performanțele și depășește limitele



Permite emiterea rapoartelor de activitate ce ajută la măsurarea performanțelor dintr-o anumită perioadă, și nu în cele din urmă, afișează etapa în care se află fiecare utilizator și stadiul contractelor care îi aparțin.

Menținerea în timp real a relației cu clienții

Sistemul CRM permite utilizatorilor să aibă o evindeță a fiecărui client în parte, afișând istoricul de activități, unde pot fi adăugate noi notițe, pe baza cărora, reprezentanții de vânzări sunt informați în timp real în legătură cu schimbările apărute.



Focus pe client și pe nevoile acestuia



Un sistem care stochează toate informațiile cu privire la clienți, ajută reprezentanții de vânzări să identifice nevoile exacte ale acestora și să anticipeze problemele care ar putea apărea. De astfel, pot vedea când un client are nevoie de reînnoirea unui contract sau de achiziționarea unui alt produs/serviciu.

Reducerea activităților administrative



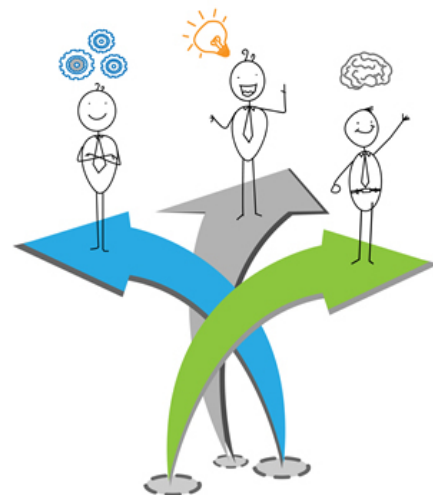
Dacă până acum procesul de vânzare consta într-o sumedenie de activități administrative, CRM ușurează acest întreg demers datorită funcțiilor pe care le pune la dispoziția utilizatorilor și prin intermediul cărora, aceștia pot ține o evidență a clienților și vânzărilor, a detaliilor legate de prețuri și produse.

Reducerea costurilor

Deși un sistem CRM nu este printre cele mai ieftine software-uri, acesta ajută companiile să economisească bani deoarece reduce din timp erorile care ar putea apărea și care ar produce pagube sau afecta în vreun fel demersul procesului. Cu alte cuvinte, un astfel de sistem este mai ieftin față de costurile la care ar putea fi supusă o companie care nu îl are implementat.



În concluzie, odată ce un sistem CRM este implementat corect și este primit cu brațele deschise de către angajați, acesta va crește potențialul reprezentanților de vânzări, ajutând departamentele companiei să se perfecționeze din punct de vedere organizatoric și administrativ.



Echipa de vânzări trebuie să vadă în ideea ce stă la baza sistemului CRM faptul că monitorizarea și realizarea unui program pe baza task-urilor stabilite permită:

- o bună gestionare a contractelor, lead-urilor și planificărilor de vânzări;
- un proces de vânzări mai fluent;
- focusarea pe client și nu pe activitățile administrative.

Nu în cele din urmă, fiind la rândul nostru o companie care a implementat un astfel de software, putem afirma din propria experiență, faptul că odată ce o companie investește într-un sistem CRM, acesta garantează reducerea sau poate chiar eliminarea riscurilor pe care le-ar fi întâmpinat de-a lungul activității sale.



Mergând pe principiul “De la simplitate, evoluezi spre performanță”, compania a luat decizia de a pune bazele unui astfel de sistem, și anume Zimplu CRM, mult mai simplu comparativ cu cele existente pe piață în momentul de față, fără funcții inutile și care nu necesită un lung proces de training-uri pentru a fi înțeles.

Este o soluție pe care noi, la rândul nostru, am implementat-o și pe care o recomandăm și clienților noștri datorită eficienței de care a dat dovadă și ușurinței de implementare și funcționare.



Echipa Nexus Electronics pune la dispoziția dumneavoastră versiunea Demo a aplicației Zimplu CRM pentru a te convinge de eficiența și ușurința de folosire.

Creați cont gratuit

