در صورت اینکه انعطاف پذیری بخواهیم باید از نسخه on premise استفاده کنیم. در این صورت به سرور نیاز داریم و همچنین یک نیرویی که این سرورها رو کنترل کنه. بحث دیگه اینه که به یه developer نیاز هست برای اینکه این سیستم رو مطابق با نیازهای ما تغییر بده و featureهای جدیدی اضافه کنه به سرویس.

سیستم‌های انعطاف پذیر Microsoft dynamic 365 هست و اکثر سرویس‌های ایرانی هم همین رو دارن پیاده میکنن.

من صحبت کردم با یکی ازاین سرویس‌ها و حتی گفت قسمت train کردن developer رو برای ما انجام میده که دیگه در آينده بهشون نیاز نداشته باشیم و در صورتی که سرویس یا سناریو یا خدمت جدیدی اضافه شد بتونیم CRM مورد نیازش رو طراحی کنیم.

لیست نیازمندی‌های CRM آنکوژن در حال حاضر(توضیحات لازم برای هر قسمت در فایل اکسل موجود است):

|  |
| --- |
| تحت وب |
| پشتیبانی از سرویس پیام کوتاه |
| رابط کاربری ساده |
| صرفه جویی در زمان |
| ارتباط بیمار و پزشک |
| پیگیری تایم‌لاین بیمار |
| پیگیری بعد از جلسات |
| لاگ انداختن برای هر تماس |
| توانایی دیتاولیدیشن روی شماره‌ها |
| امکان دسترسی به پرونده بیمار در حین تماس |
| کال مانیتورینگ خودکار |
| ارسال پیام‌ یاد‌آوری به بیمار |
| ارسال پیام‌ یاد‌آوری به ادمین |
| ارسال پیام‌ یاد‌آوری به پزشک |
| امکان ایجاد کمپین |
| امکان وارد کردن داده import |
| ارتباطات با درگاه‌های پرداخت |
| امکان calling |
| امکان نوبت‌‌دهی |
| اتصال به نرم‌افزارهای حسابداری |
| گزارش فعالیت‌های روزانه |
| امکان گرفتن و دادن API به صورت Real Time |
| داشتن VOIP در خود نرم افزار |
| قابلیت ارزیابی عملکرد پرسنل |
| تحلیل داده های مشتریان |
| بهبود خدمات پس از فروش و جلب رضایت مشتری |
| ایجاد گردش کار ( workflow ) |
| تغییر پذیری بالا |
| علاوه بر جذب مشتری جدید توانایی در حفظ و نگهداری آن |
| پیدا کردن اینکه مشتری از چه بستری آمده است. |

چالش‌هایی که در پیاده‌سازی سیستم CRM جدید با آن مواجه خواهیم بود و باید پیش از اجرای طرح راه‌حلی برای آن‌ها پیدا شود.

|  |
| --- |
| حمایت وتعهد مدیران |
| بودجه مناسب ( توانایی مالی) |
| مشکلاتی که باعث شده به سراغ برنامه سی ار ام بروید را شناسایی کنید |
| انتخاب یک مشاور در حوزه مدیریت ارتباط با مشتری |
| بر اساس پیشنهاد دوستان و آشنایان به دنبال اجرا و پیاده سازی CRM یا پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری نباشد |
| لیست نیازهایتان را تهیه کنید |
| آشنایی با فرایند های سازمان |
| کار با سیستم سی ار ام |
| ایجاد دیدگاه مشترک |
| آموزش کارکنان سازمان |
| اصلاح رفتار |
| به گسترش سازمانتان در آینده توجه داشته باشید |
| هدف سازمان را از یاد نبرید |
| هزینه‌های پنهان شرکت‌های نرم‌افزاری مدیریت ارتباط با مشتری را بررسی کنید |
| یکپارچه سازی تمام بخش ها |
| میزان پشتیبانی که توسط شرکت نرم افزاری ارائه می شود |
| توانایی نرم افزار در تطبیق با کار (عملکرد) شرکت |
| تطبیق با سخت افزارهای موجود |
| پشتیبانی و آموزش |
| استقرار نرم‌افزار جدید یک trade off هست |

به طور کلی CRM به ۳ دسته تقسیم می‌شد که در زیر به طور مختصر به آن اشاره می‌شود.

|  |  |
| --- | --- |
| استراتژیک | استراتژی کسب و کار شما در زمینه مشتری محوری را شکل می‌دهد و به شما کمک می‌کند تا مشتریان جدید جذب نموده و مشتریان فعلی خود را راضی و سود آور نگه دارید. این استراتژی نقش بسیار پر‌رنگی در سازمانتان بازی می‌کند چرا که موجب می‌شود فرآیند‌ها و فرهنگ سازمانی صحیح مشتری محوری در کسب و کار شما شکل بگیرد. |
| عملیاتی | عملیات و اتوماسیون فرآیند‌های ارائه خدمت به مشتریان مانند فرآیند‌های بازاریابی، فروش و ارائه خدمات پس از فروش را مدیریت می‌کند. فرآیندهایی در سازمان وجود دارند که شما با استفاده از آن‌ها نیاز‌های مشتریانتان را در مواقع مختلفی که با شما ارتباط دارند پاسخ می‌دهید، برای مثال زمانی که مشتری درخواست دریافت خدمات پس از فروش خود را ارائه می‌دهد سازمان چگونه به وی پاسخ داده و خدمات مورد انتظارش را به او ارائه می‌کند. در این مسیر از نرم افزار CRM هم کمک خواهید گرفت که بتوانید حجم زیاد اطلاعات مشتریان، فایل‌های مرتبط با آنها و غیره را به نحو بهتری مدیریت نمایید. |
| تحلیلی | فرآیندی است که با استفاده از آن داده‌های عملیاتی که از بازاریابی و ارتباط با مشتری جمع آوری شده است را به اطلاعاتی تبدیل می‌کنید که در تصمیم گیری‌های فرآیندی و استراتژیک به سازمان شما کمک می‌کند. برای مثال نتایج حاصل از فروش محصولات گوناگون به شما کمک می‌کند در‌یابید که روی چه محصولاتی و چه ویژگی‌های محصولی باید بیشتر تمرکز کنید و یا نتایج حاصل از جذب مشتریان بعد از یک کمپین بازاریابی به شما دید می‌دهد که کمپین بعدی خود را موثر‌تر برگزار نمایید. |
| تعاملی | رابط میان شما و محیط بیرون (مشتریان و نمایندگان) می‌باشد که به شما کمک می‌کند ارزش بیشتری برای مشتریان خود خلق نمایید. در واقع سیستم‌ها به شما کمک خواهند کرد که بتوانید بازخورد‌های مشتریانتان را چه مثبت و چه منفی دریافت نمایید، درخواست‌های آن‌ها را راحت شنیده و در سازمان به جریان بیندازید. برخی از کانال‌های ارتباطی عبارتند از سیستم تلفنی، ایمیل، پیامک، chat و غیره. این نرم افزار علاوه بر مشتریان می‌توانند با نمایندگان، توزیع کننده‌گان و تامین‌کنندگان شما نیز در ارتباط باشند. |

نیازمندی‌های سیستم CRM با توجه به روال‌های سازمان و گردش‌کاری که در بخش‌های مختلف وجود دارد، آماده‌ شده‌اند.

تصمیم‌گیری مبتنی بر اینکه سرویس Microsoft dynamic را به چه گونه‌ای گرفت، توضحیاتی که در صفحه اول آمده‌ است، در روند انجام کار مهم است.

انتخاب اینکه از چه نوع سیستم CRM استفاده کنیم بسیار مهم است. برای مثال آیا از یک سیستم استفاده کنیم که ماژول‌های از پیش تعیین شده استفاده کنیم و یا اینکه سرویس خام را از مایکروسافت بگیریم و بعد از آن developer با توجه به سناریو‌ها موجود شروع به develope کردن کند.

در صورت اینکه تمایل به بالا آوردن سیستمی باشد که انعطاف پذیری بالایی داشته باشیم باید از سیستم on-permise استفاده کنیم و سرور را در شرکت بالا بیاوریم و امکانات سخت افزاری را فراهم کنیم. نسخه cloud انعطاف‌پذیری کمتری دارد ولی نیاز به زیرساخت و هزینه کمتری دارد.

هدف ما از پیاده‌سازی سیستم CRM چیست؟

|  |
| --- |
| نیازهای مشتری |
| پاسخ به مشتری |
| رضایت مشتری |
| وفاداری مشتری |
| حفظ مشتری |
| شکایات مشتری |
| خدمات مشتری |