

ارائه پروژه 2 BPMS برای شرکت مای دیتا

طراحی فرآیند «تبدیل سرنخ به فرصت فروش» بر اساس یکی از اصول CRM با استفاده از استاندارد BPMN 2.0

در این پروژه، به منظور پیاده سازی یکی از اصول کلیدی مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) با استفاده از استاندارد BPMN 2.0، از ابزار تحت وب <https://app.diagrams.net> بهره گرفته‌ام. هدف از این پیاده سازی، مدل سازی فرآیند «تبدیل سرنخ (Lead) به فرصت فروش» (Opportunity) در قالب یک نمودار استاندارد و قابل فهم برای تیم‌های مختلف سازمان می‌باشد.

مقدمه: اهمیت CRM در کسب و کار

مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) یکی از مهم ترین ستون‌های موفقیت سازمان‌ها در بازار رقابتی امروز است. سازمان‌هایی که توانایی درک، جذب، پرورش و تبدیل سرنخ‌ها به مشتریان واقعی را دارند، در مسیر توسعه و سودآوری پایدار قرار می‌گیرند.

یکی از اصول کلیدی در CRM، مدیریت سرنخ‌ها و تبدیل آن‌ها به فرصت‌های فروش است. طراحی و شفاف سازی این فرآیند می‌تواند موجب بهبود همکاری بین تیم‌های بازاریابی و فروش، افزایش نرخ تبدیل و کاهش هزینه‌های جذب مشتری شود.

معرفی ابزار و استاندارد استفاده شده

برای مدل سازی این فرآیند، از استاندارد BPMN 2.0 (Business Process Model and Notation) استفاده شده است؛ استاندارد شناخته شده و گسترده برای مدل سازی فرآیندهای کسب و کار به شکل بصری، که به درک بهتر، اتوماسیون و بهینه سازی فرآیندها کمک می‌کند.

ابزار مورد استفاده برای طراحی نمودار، وب‌اپلیکیشن (<https://app.diagrams.net>) معروف به draw.io است که قابلیت ترسیم نمودارهای BPMN را به صورت کاملاً تعاملی و حرفه‌ای فراهم می‌کند.

سناریوی طراحی شده: تبدیل سرنخ به فرصت فروش

در سناریوی طراحی شده، فرض بر این است که سرنخ‌هایی از طریق فرم‌های تماس، تماس‌های تلفنی یا منابع بازاریابی وارد سازمان می‌شوند. فرآیند به شرح زیر مدل سازی شده است:

1. دریافت اطلاعات سرنخ: اطلاعات اولیه مانند نام، شماره تماس، زمینه فعالیت و نیاز مشتری جمع آوری می‌شود.
2. ثبت در سیستم CRM: داده‌ها وارد پایگاه داده یا نرم افزار مدیریت سرنخ می‌شوند.
3. ارزیابی اولیه: کارشناسان فروش بر اساس معیارهایی نظیر تناسب محصول با نیاز مشتری، اعتبار و زمان خرید، سرنخ را ارزیابی می‌کنند.
4. دروازه شرطی (Exclusive Gateway) در این نقطه، تصمیم گیری انجام می‌شود:
 - اگر مشتری علاقه مند باشد → سرنخ به فرصت فروش تبدیل می‌شود.
 - اگر علاقه مند نباشد → اطلاعات بایگانی می‌شود.

5. اقدام مناسب بر اساس تصمیم:

- برای فرصت‌های فروش، اقدامات بعدی مانند برقراری جلسه، ارسال پیشنهاد، یا ثبت سفارش انجام می‌شود.
- برای سرنخ‌های بایگانی‌شده، پرونده ذخیره می‌شود و ممکن است در آینده دوباره بررسی گردد.

مزایای پیاده‌سازی این مدل

- افزایش شفافیت فرآیند برای تیم فروش و مدیریت
- استانداردسازی مسیر پیگیری سرنخ‌ها
- امکان اتوماسیون فرآیند در آینده با ابزارهای BPM
- تسهیل در ارزیابی عملکرد تیم فروش بر اساس گلوگاه‌های فرآیندی

