Định nghĩa của một số yếu tố quan trọng trong CRM

**Lead :** lead là đầu mối kinh doanh. Trong hệ thống CRM, đầu mối kinh doanh là thông tin lần đầu tiên nhập vào hệ thống. Có thể thu thập thông tin này từ các sự kiện tiếp thị như hội nghị, quảng cáo, triển lãm thương mại,…

Mục đích lưu trữ Lead là để tìm cơ hội chuyển đổi thành khách hàng thật sự. Không phải tất cả các lead đều có thể chuyển đổi thành khách hàng nhưng thông tin về lead được cung cấp tốt sẽ hỗ trợ giai đoạn bán hàng sau này.

Deal – Giao dịch

Phân hệ này nhằm giúp người sử dụng phần mềm CRM có thể phân chia ra các nhóm khách hàng khác nhau, khi khách hàn tiềm năng đã bắt đầu quan tâm tới sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp bạn, thì khi đó sẽ phát sinh một số hoạt động, phản hồi của khách hàng.

Phân hệ Deal này, chính là khi khách hàng đã có các phát sinh giao dịch, như email, điện thoại. để từ đó người sử dụng phần mềm sẽ có được thống kê chi tiết hơn theo các giao dịch.

Tóm lại, một Deal là bất kỳ cơ hội bán hàng nào mà bạn xác định thông qua cả hồ sơ khách hàng tiềm năng hoặc hồ sơ liên hệ. Hầu hết các Deal CRM đều có các trình bày trực quan thuận tiện của kênh bán hàng, để bạn theo dõi và phân tích hành vi của họ trong suốt quá trình và tùy chỉnh các giai đoạn mà họ trải qua, cho đến khi họ thực hiện mua hàng.

**Account :** là thông tin của một công ty, đối tác, khách hàng tiềm năng, đối thủ,… đã có liên lạc với công ty. Ta có thể tạo account ngay từ đầu hoặc chuyển đổi từ một lead sang account. Một account có thể có nhiều contacts, nhiều Deal, nhiều sản phẩm mà account này muốn mua.

**Contact :** là nguồn liên hệ của một công ty hoặc một cá nhân. Khi lead được chuyển đổi thành một Deal, hệ thống cũng sẽ tự tạo ra một contact. Một account có thể có nhiều contact.

II. Giới thiệu về Zoho CRM

1. Zoho CRM là gì?

- Phần mềm quản lý quan hệ khách hàng (CRM) của Zoho tích hợp nhiều tính năng từ các khả năng đa kênh đến quản lý và tự động hóa quy trình, tất cả được bao gồm trong một phần mềm duy nhất.

2. Zoho CRM có thể làm gì?

- Quản lý khách hàng tiềm năng và địa chỉ liên hệ:

+ Mang lại khách hàng tiềm năng chất lượng, nuôi dưỡng họ và biến họ thành khách hàng hài lòng, sẵn sàng dốc hầu bao. Có cái nhìn hoản chỉnh về tất cả dữ liệu khách hàng như thông tin cá nhân, những trao đổi giữa bạn và khách hàng... tại một nơi duy nhất.

- Tự động hóa:

+ Thay vì để đội ngũ kinh doanh lãng phí thời gian vào công việc hành chính, hãy tự động hóa tất cả nhiệm vụ thường nhật với workflow và macro để họ tập trung mang về khách hàng và chốt giao dịch.

- CRM đa kênh:

+ Tiếp cận, phản hồi và giữ liên lạc với khách hàng qua email, điện thoại, mạng xã hội và chat trực tiếp với hệ thống thông báo theo thời gian thực. Xây dựng các mối quan hệ tốt đẹp và lâu bền hơn bằng những cuộc trò chuyện có ý nghĩa.

- Trí tuệ nhân tạo:

+ Với Zia, trí tuệ nhân tạo của Zoho CRM, tất cả dữ liệu CRM của bạn đều được liên kết tương tác. Đưa ra các dự đoán giúp bạn tập trung vào các giao dịch phù hợp với cơ hội chốt giao dịch cao nhất, xác định và loại bỏ mọi khúc mắc, ưu tiên phản hồi của bạn dựa trên cảm tính qua email khách hàng, v.v.

3. Đối tượng sử dụng Zoho CRM

- Học sinh, sinh viên:

+ Giúp đỡ các bạn cách sử dụng một app CRM căn bản và miễn phí để giải quyết các bài tập thực hành, tìm hiểu về quá trình hoạt động của CRM

- Các tổ chức có liên quan tới các hoạt động như Sales, Báo giá và hóa đơn, marketing, nâng cáo hiệu quả công việc, …

+ Nhờ vào CRM các doanh nghiệp sẽ xác định được xu hướng của khách hàng, xác nhận những khách hàng tiềm năng, giảm giá thành hoạt động, tối ưu hóa các quá trình nghiệp vụ.