**راهکار مدیریت ارتباط با مشتری (CRM Solutions) چیست؟**

**سی آر ام تنها محدود به کاربرد ابزار و شیوه‌های فروش نیست؛ یک رویکرد راهبردی است!**

مدیریت ارتباط با مشتری یا CRM، شامل مجموعه راهکارهایی برای سازمان‌دهی و اداره نحوه تعامل کسب و کارها و سازمان‌ها با مشتریان فعلی و بالقوه (Leads) است. این روش از جمع‌آوری، ثبت و تجزیه و تحلیل داده‌ها در مورد سوابق مشتریان با یک کسب و کار، در جهت بهبود روابط تجاری با آن‌ها، به ویژه با تمرکز بر حفظ مشتری و در نهایت هدایت رشد فروش استفاده می‌کند.

یکی از جنبه‌های مهم رویکرد مدیریت ارتباط با مشتری، نرم‌افزارهای سی آر ام هستند که داده‌ها را از طریق طیف وسیعی از کانال‌های ارتباطی مختلف شامل وبسایت شرکت، تلفن، ایمیل، چت زنده، ابزارهای بازاریابی و رسانه‌های اجتماعی گردآوری می‌کنند. از طریق رویکرد CRM و سیستم‌هایی که برای تسهیل آن مورد استفاده قرار می‌گیرند، کسب و کارها اطلاعات بیش‌تری در مورد مخاطبان هدف خود و نحوه پرداختن به نیازها و خواسته‌های آن‌ها به بهترین وجه ممکن، کسب می‌کنند.

در نهایت می‌توان اذعان داشت که راهکارهای سی آر ام، متناسب با داده‌های مرتبط با مخاطبان کسب و کارها اتخاذ می‌شود. کاربرد اطلاعات مخاطبان در چهار سطح اصلی شامل ثبت، مدیریت، گزارش و تحلیل این داده‌ها انجام می‌پذیرد و به افزایش بهره‌وری، بهینه‌سازی و اثربخشی تعاملات، توسعه و حفظ ارتباطات و در نتیجه افزایش میزان فروش و سودآوری کسب و کار منجر خواهد شد.

**زمان مطالعه: 5/1 دقیقه/ موضوع مقاله: مدیریت و بازاریابی**