**روش‌های اثرگذاری سی آر ام بر کسب و کار**

**این 3 روش را به کار ببندید تا در بازار کسب و کار خود پیشرو بمانید!**

مجله فوربز در سال 2015 به کسب و کارها توصیه کرده است تا CRM را به عنوان بخشی از راهبرد اصلی خود قرار دهند؛ پیش از آن‌که افزایش تعداد مشتریان، ضرورت مدیریت ارتباط با آن‌ها و صرف هزینه‌های بسیار بالا، شرکت‌ها را مجبور به استفاده از یک پلتفرم سی آر ام کند. کسب و کارهای کوچک و حتی مشاغل آزاد نیز می‌توانند از فرآیندهای مدیریت ارتباط با مشتری بهره‌مند شوند. با این اوصاف، چه کسی نمی‌خواهد مشتری خود را حفظ کرده و در نهایت سود خود را افزایش دهد؟ برخی از روش‌های اصلی که CRM از آن طریق این اهداف را انجام می‌دهد، به صورت زیر در نظر گرفته شده است:

**یادگیری**

CRM به کسب و کارها در مورد درک قوی‌تر مشتریان، از این جمله که چه کسانی هستند، به چه دلیلی محصولات شما را خریداری می‌کنند و نیز شناخت روند و تاریخچه خرید آن‌ها کمک می‌کند. این به کسب و کارها اجازه می‌دهد تا نیازهای مشتریان خود را بهتر پیش‌بینی کرده و در قبال آن‌ها را به شکلی موثرتر پاسخگو باشند. همچنین، کاربرد اثربخش مدیریت ارتباط با مشتری می‌تواند مزایایی استراتژیک را به همراه داشته باشد؛ داده‌های مرتبط با مشتری که به درستی سازمان‌ یافته‌اند، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا مخاطبان مناسب‌تری را برای معرفی و ارائه تبلیغات و محصولات جدید انتخاب کنند.

**سازمان‌دهی**

CRM به کسب و کارها این امکان را می‌دهد تا با سازمان‌دهی و کنترل خودکار (اتوماسیون) برخی از جنبه‌های کسب و کار، کارآمدتر عمل کنند. از طریق فرآیندهای فروش تا کمپین‌های بازاریابی، تجزیه و تحلیل‌های کسب و کار و همچنین داده‌های مرتبط با مشتری، سی آر ام روند سازمان‌دهی و افزایش فروش را برای کسب و کارها خودکار و ساده می‌کند؛ این به کسب و کارها اجازه می‌دهد تا فرآیندها را به صورت داده‌هایی ساده‌تر و شفاف‌تر دسته‌بندی کنند.

**بهينه‌سازی**

در نهایت، نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری برای کسب و کارها این امکان را فراهم می‌سازد تا نحوه تعاملات با مشتریان خود را بهینه‌سازی کنند. با ساده‌سازی و تسهیل بسیاری از فرآیندهای پیچیده و تعامل‌محور با مشتری، سی آر ام میزان رضایتمندی مخاطبان را نیز افزایش می‌دهد.

**زمان مطالعه: 3 دقیقه/ موضوع مقاله: مدیریت و بازاریابی**