**چرا مدیریت ارتباط با مشتری اهمیت زیادی دارد؟**

**مدیریت تعاملات برند با مخاطبانش، شاه‌کلید ایجاد وفاداری و کسب درآمد است!**

برای دریافت درکی بهتر از اهمیت سی آر ام، می‌توان به گفته‌ای که اغلب شنیده می‌شود و در بسیاری از کسب و کارها بیان شده است، اشاره داشت؛ «مشتری پادشاه است»! مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در اصل تمام فعالیت‌ها، راهبردها و فناوری‌هایی را شامل می‌شود که کسب و کارها برای مدیریت تعاملات خود با مشتریان و سرنخ‌های فروش (Leads) به کار می‌برند. سی آر ام به برندها کمک می‌کند تا با مشتریان خود ارتباط بگیرند و این نقش بسزایی در ایجاد وفاداری و حفظ مشتری دارد.

از آن‌جا که وفاداری و کسب درآمد مشتری، هر دو از ویژگی‌هایی هستند که بر میزان درآمدزایی شرکت‌ها تاثیر بسزایی می گذارند، سی آر ام را می‌توان یک راهبرد مدیریتی دانست که منجر به افزایش سوددهی کسب و کارها می‌شود. یک نرم‌افزار سی آر ام در اصل یک رابط کاربری ساده برای مدیریت مجموعه‌ای از داده‌ها را در اختیار مخاطب قرار می‌دهد و برای کسب و کارها این امکان را ایجاد می‌کند تا مشتریان را با شیوه‌ای قابل اندازه‌گیری شناسایی کرده و با آن‌ها ارتباط برقرار کنند.

بلاگ فروش شرکت Hubspot در سال 2017، سی آر ام را به این شکل توصیف می‌کند: «فراتر از اطلاعات تماس، ورودی‌های سی آر ام نشان‌دهنده نقاط تماس با مشتریان احتمالی، شامل ایمیل‌ها، تماس‌های تلفنی، ایمیل‌های صوتی و گزارش جلسات است. برخی از سی آر ام‌ها توانایی ردیابی مراحل معامله و دلایل معاملات بسته‌شده ـ از دست‌رفته و بسته‌شده ـ موفق را دارند».

مدیریت ارتباط با مشتری در اصل خود، ساده است. با این حال می‌توان آن را در آرایه وسیعی از روش‌ها اجرا کرد. وبسایت‌ها، رسانه‌های اجتماعی، تماس‌های تلفنی، چت، میل، ایمیل و ابزارهای بازاریابی مختلف، همگی می‌توانند با راهکار سی آر ام ادغام شوند. این ادغام‌پذیری نه تنها به کسب و کارها در مسیر توسعه کمک می‌کند، بلکه استفاده و نگهداری ابزار سی آر ام، پایه‌ای برای سیستم فروش و بازاریابی مقیاس‌پذیر است. با توجه به اهمیت گردآوری و تحلیل داده‌ها در توسعه کسب و کارهای امروزی، می‌توان اذعان داشت که هر شرکتی به طور حتم از ثبت حتی یک رکورد ـ‌که از آن طریق مکالمات، خریدها و مواد بازاریابی با سرنخ‌ها (مشتریان بالقوه) و مشتریان مرتبط می‌شوندـ سود خواهد برد.

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