

۵ روش بهبود تجربه مشتری با CRM

خلاصه مقاله: بنابراین برای فروش بیشتر باید تجربه عالی برای مشتری رقم بزنید و سامانه مدیریت CRM می‌تواند در این زمینه به شما کمک کند. نرم‌افزار CRM به ۵ روش زیر می‌تواند تجربه مشتری را بهتر کند: ۱. برقراری ارتباط مداوم با مشتریان نرم افزار CRM ابزار بازاریابی مناسبی را در اختیار...



صبا ضمیری
کارشناس تولید محتوا

۱۴۰۴/۰۹/۲۲
آخرین بروزرسانی

۳ دقیقه
زمان مطالعه

جستجو

Q

فهرست مطالب

هیچ عنوانی در این برگه یافت نشد.

اشتراک گذاری

در خبرنامه ما عضو شوید



شاید حرف زدن درباره اهمیت بحث مدیریت روابط با مشتریان و بهبود تجربه آنها از خرید کلیشه به نظر بیاید. اما تلاش برای یافتن پاسخ سوال زیر می‌تواند چالش برانگیز باشد:

چگونه می‌توان فرآیند خرید محصول را به یک تجربه عالی برای مشتری تبدیل کرد؟

بسیاری از صاحب نظران در پاسخ به پرسش بالا مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) را توصیه می‌کنند. زیرا پیاده سازی CRM این امکان را به کسب‌وکارها می‌دهد که استراتژی‌های مؤثر برای مدیریت روابط و تعامل‌ها با مشتریان خود تبیین کنند. در حقیقت، بهبود کیفیت تجربه مشتریان یکی از بزرگ‌ترین مزایای استفاده از نرم‌افزار CRM به شمار می‌رود. جالب شد، نه؟ بگذارید کمی از عقب‌تر شروع کنیم؛ تجربه خوب مشتری قلب تپنده هر کسب‌وکار موفق است. زیرا:

- رضایت مشتری را افزایش می‌دهد.
- با تشویق مشتریان برای بازگشت و خرید بیشتر، موجب وفاداری به برند می‌شود.
- مزیت‌های رقابتی برای کسب‌وکارها ایجاد می‌کند.
- میزان فروش و سود را افزایش می‌دهد.
- رابطه مشتری با برند را مستحکم می‌کند.

بنابراین برای فروش بیشتر باید تجربه عالی برای مشتری رقم بزنید و سامانه مدیریت CRM می‌تواند در این زمینه به شما کمک کند.

نرم‌افزار CRM به ۵ روش زیر می‌تواند تجربه مشتری را بهتر کند:

۱. برقراری ارتباط مداوم با مشتریان

نرم افزار CRM ابزار بازاریابی مناسبی را در اختیار کسب و کارها می‌گذراند. مثلاً می‌توانید برای مشتریان خود در زمان‌های مناسب ایمیل ارسال کنید. یا با استفاده از پل‌های پیام صوتی انبوه یا پیامک انبوه، انواع بازاریابی را متناسب با نیازهای خود انجام دهید. می‌توانید اخبار جدیدترین محصولات یا تحقیقات و پیشنهادهای ویژه برای مشتریان ارسال کنید. اگر محتوای ارسالی شما برای مشتری ارزشمند باشد، از دریافت آن استقبال خواهد کرد.

برای مثال در روز تولد مشتری برای او ایمیل تبریک بفرستید و در آن کد تخفیفی برای خرید محصولات خود به عنوان هدیه در نظر بگیرید. البته لازم است که قبلاً اطلاعات مشتریان را جمع‌آوری و ثبت کرده باشید.

۲. بازاریابی اختصاصی

با استفاده از سامانه CRM علاوه بر ارسال پیام‌های بازاریابی، امکان شخصی‌سازی پیام‌ها را نیز دارید. مثلاً استفاده از اسم مشتری در ایمیل یا پیامک نقش به‌سزایی در اثربخشی پیام دارد.

۳. ایجاد یک تصویر و تجربه ثابت از برند

منظور از تجربه ثابت این است که مشتری به استانداردها و ویژگی‌های خاص برند شما عادت بکند و شما را با آن‌ها بشناسد.

ارائه تصویر و تجربه یکدست از برند یکی دیگر از امکاناتی است که نرم‌افزارهای CRM در اختیار می‌گذارند. موفقیت برند مک‌دونالد مثال بسیار خوبی در این زمینه است. به هر جای دنیا سفر کنید خواهید دید که شکل و شمایل مک‌دونالد و کیفیت خدماتی که ارائه می‌کند کاملاً یکسان است. و این کلید محبوبیت فراوان این برند هست.

پیشنهاد ویژه

نرم‌افزار CRM اوج ابری را رایگان تجربه کنید.

شروع رایگان CRM

اگر بتوانید هر فرآیندی در کسب‌وکار را در جای مناسب خودش قرار دهید، افزایش کیفیت تجربه مشتری شما تضمین می‌شود.

خدمتی که نرم‌افزار CRM در این زمینه برای شما انجام می‌دهد، خودکار سازی این فرآیندها است. مثلاً اگر مشتری در وب سایت شما ثبت نام کند، سامانه مدیریت CRM یک ایمیل تشکر برای او ارسال می‌کند. در این ایمیل می‌توانید به اطلاع مشتری برسانید که به‌زودی از طرف شما با او تماس گرفته خواهد شد. نرم‌افزار سی‌ا‌ام‌سی‌سی به صورت خودکار، کار جدید برای شما یا مسئول مربوط تعریف می‌کند که با مشتری جدید تماس بگیرد.

به این صورت هیچ فعالیت مشتری از چشم شما پنهان نمی‌ماند. رسیدگی مستمر و به موقع به درخواست‌ها، حس کارایی و ثبات را به مشتری القاء می‌کند.

۴. شناخت بهتر مشتری

مهم‌ترین امکانی که برنامه‌های CRM در جهت بهبود کیفیت تجربه مشتری برای شما ایجاد می‌کند، شناخت هر چه بهتر مشتری است. با توجه به گزارش‌های دقیق CRM متوجه می‌شوید که چه محتوا و محصولی برای مشتری جذاب است. مثلاً اگر مشتری‌ها در ایمیل، روی لینک مربوط به محصول خاصی کلیک کنند. نشان‌دهنده این است که به آن محصول علاقه‌مندند. حالا شما می‌توانید با یک پیشنهاد تخفیف برای آن محصول آن‌ها را ترغیب به خرید کنید. هم تجربه خوب برای مشتری می‌سازید و هم سود برای خودتان!

بیشتر بخوانید

آشنایی با تکنیک‌های جلب رضایت مشتری با crm - اوج ابری

به کمک CRM و با استفاده از داده‌هایی که از مخاطبان جمع‌آوری کرده‌اید، می‌توانید محتوای مناسب و موردعلاقه مشتریان خود را تولید کنید.

نرم‌افزارهای CRM خوب این قابلیت را برای شما ایجاد می‌کنند که لیست ایمیل خود را با توجه به نوع مخاطب‌ها تقسیم‌بندی کنید. به این ترتیب می‌توانید برای هر گروه محتوای هدفمند بفرستید. دسته‌بندی‌ها می‌توانند بر اساس شهر، سن، جنسیت، علایق، شغل و یا سرگرمی‌ها باشند. نوع کسب‌وکار شما و مخاطب‌هایتان تعداد دسته‌ها را مشخص می‌کند. تجربه نشان می‌دهد که ارسال محتوای اختصاصی مشتریان را راضی نگه می‌دارد.

در پایان یادآور می‌شویم که در این مقاله فقط بر روی مشتریان موجود تمرکز داشتیم. اما همه مطالبی که گذشت برای مشتریان احتمالی هم جواب می‌دهد. خرید نرم افزار CRM هم برای کسب‌وکارهای کوچک و هم بزرگ ارزشمند است. در واقع باید خرید نرم افزار CRM را یک سرمایه‌گذاری موفق برای بهبود تجربه مشتریان دانست.

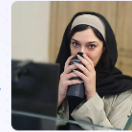
دریافت PDF

پی دی اف این مقاله را می‌توانید جهت مطالعه در زمان دیگر با یک کلیک دانلود کنید.

دانلود PDF

صبا ضعیری / کارشناس تولید محتوا

علاقه‌مندی به دنیای فناوری و مدیریت کسب و کار در ساده‌سازی مفاهیم پیچیده و تبدیل آن‌ها به محتوای کاربردی همیشه مشوق من بوده است. با بررسی تازه‌ترین روندهای بازار و ترکیب آن با تجربه‌ای که در این راه همراه شده است تلاش می‌کنم در ارتقای دانش و بهبود تصمیم‌گیری‌های شما تاثیر مثبتی داشته باشم.



نظرات کاربران

۳ و ۵ comments on "روش بهبود تجربه مشتری با CRM"

۵۷

نادر عطیمی ۱ سال قبل

آیا برنامه CRM در بیمه هم کاربرد دارد و راه اندازی آن چقدر طول میکشد؟

پاسخ

۳۷

بشتیانی اوج ۱ ماه قبل

<https://owj.io/solutions/insurance-crm-software>

پاسخ

۷۲

صابر مجلل ۱ سال قبل

با ایجاد یک تجربه کاربری شخصی‌سازی شده، ارائه خدمات سریع و مؤثر و ایجاد ارتباط دوستانه و صمیمی، می‌توانید فرآیند خرید محصول را به یک تجربه عالی برای مشتریان تبدیل کنید.

پاسخ

دیدگاهتان را بنویسید

ایمیل

نام

دیدگاه *

☐ ذخیره نام، ایمیل و وبسایت من در مرورگر برای زمانی که دوباره دیدگاهی می‌نویسم.

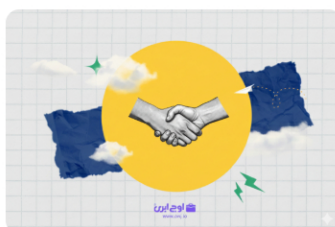
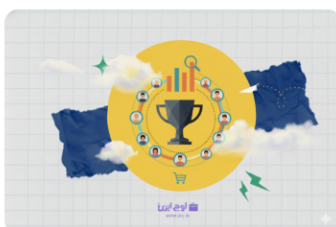
فرستادن دیدگاه

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

مقالات پیشنهادی



نقش امتیازات و سطح‌بندی در جذب و نگهداشت مشتری در باشگاه مشتریان

خلاصه مقاله: امتیازات باشگاه مشتریان چیست؟ سیستم امتیازدهی و سطح‌بندی مشتریان در باشگاه مشتریان یک سازگار برای هدایت رفتار مشتریان به سمت اقدام مد نظر کسب و کار ...

باشگاه مشتریان استاندارد و ویژگی‌های ضروری برای جذب و حفظ مشتریان

خلاصه مقاله: تعریف باشگاه مشتریان باشگاه مشتریان راه حلی برای وفادارسازی مشتریان است که با ارائه پاداش‌های متنوع تلاش می‌کند از ریزش مشتریان جلوگیری کند. در باشگاه‌های ...

بررسی جامع باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

خلاصه مقاله: باشگاه مشتریان چیست؟ باشگاه مشتریان استراتژی است که کسب و کارهای موفق، خصوصاً آن‌هایی که با رقابت زیاد روبه‌رو هستند، از آن برای نگهداشت مشتریان ...



با ما در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط باشید.

ماژول‌ها و امکانات	CRM برای مشاغل	منابع و راهنما	شرکت	راه‌های ارتباطی
مخاطبین	شرکت های بیمه	مقالات	پشتیبانی	مشهد، دستکب ۳۵، بین بیستون ۶ و ۸، پلاک ۱۳۴، طبقه ۲
معاملات	آژانس‌های مسافرتی	کتاب‌ها	تماس با ما	ایمیل: info@amootsoft.com
پشتیبانی	بنگاه‌های معاملاتی	ویدیوها	مشاوره رایگان	شماره تماس: ۰۲۱-۹۱۳۴۰۳۷۰۰
کارمندان	شرکت های بازرگانی	مقایسه‌ها	درباره اوج ابری	
ساعت کارکرد	رستوران‌ها و کافه‌شاپ‌ها	قیمت نرم افزار crm	توافق نامه	
مدیریت فروش	سالن‌ها و کلینیک‌های زیبایی	چيست CRM	قوانین و مقررات	
مشاهده تمام ماژول‌ها	مشاهده CRM برای شغل شما	دستگاه ذخیره شماره مشتری	سیاست حریم خصوصی	