

نرم افزار مدیریت فروش | از درخواست تا تحویل کالا در یک سیستم یکپارچه

خلاصه مقاله: نرم افزار مدیریت فروش چیست و چه کاربردی دارد؟ قبل از این که به بررسی سیستم مدیریت فروش و زیر و بم آن بپردازیم، لازم است ابتدا مفهوم مدیریت فروش و اهمیت سازماندهی فرآیندی به ...

صبا ضمیری

کارشناس تولید محتوا

۸ دقیقه

زمان مطالعه

۱۴۰۴/۱۰/۱۴

آخرین بروز رسانی

اگر فردا یکی از فروشندگان کلیدی شما استعفا بدهد چه تعداد مشتری از دست خواهید داد؟

در بسیاری از کسب و کارها رابطه با مشتریان وابسته به حافظه ی فروشندگان است. یعنی سیستمی وجود ندارد که نشان دهد ارتباط با هر مشتری در چه مرحله ای است و قدم بعدی باید چگونه برداشته شود. در چنین شرایطی نه تنها کسب و کار با خطر فراموشکاری یا خطای انسانی روبه روست بلکه هیچ دید واضحی از عملکرد فروش وجود ندارد تا بتوان برای عوامل مهم آن تصمیم گیری کرد.

سیستم مدیریت فروش به عنوان یک راه حل اساسی، سال های زیادی است که به کمک کسب و کارهای پیشرو آمده است و با یکپارچه سازی اطلاعات، یک تصویر شفاف و جامع از کل اکوسیستم فروش در اختیار مدیران و فروشندگان قرار می دهد.

در این مقاله قرار نیست لیست درازی از نام نرم افزارهای مختلف را برای شما ردیف کنیم، بلکه به این سوال اساسی پاسخ خواهیم داد که چرا به سیستم مدیریت فروش نیاز دارید و چگونه این نرم افزار به شما کمک خواهد کرد.

جستجو

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

فهرست مطالب

نمونه ای از مدیریت فروش، چیست و چه کاربردی دارد؟

نرم افزار مدیریت فروش چیست و چه کاربردی دارد؟

قبل از این که به بررسی سیستم مدیریت فروش و زیر و بم آن بپردازیم، لازم است ابتدا مفهوم مدیریت فروش و اهمیت سازماندهی فرآیندی به این مهمی را مرور کنیم.

مدیریت فروش چیست؟

۹۹ برابان تریسی مدرس و سخنران حوزه فروش

هیچ اتفاقی در کسب و کار نمی افتد، تا زمانی که فروش انجام نشده باشد.

۱۴۰۴/۱۰/۱۴

مدیریت فروش یعنی اینکه فروش در یک کسب و کار سیستماتیک شود؛ طبق یک برنامه مشخص و قابل کنترل سرخ یا مشتری بالقوه به چرخه ی فروش وارد شود، فروشنده اقدامات تعیین شده برای تبدیل این مشتری را انجام دهد و در تمام مراحل مدیران بتوانند عملکرد فروش را نظارت کنند.

سیستم مدیریت فروش چیست؟

نرم افزار مدیریت فروش ابزاری است که کمک می کند فروش از حالت پراکنده خارج شود و به شکل منظم انجام شود. این نرم افزار همه اطلاعات مربوط به مشتریان، فرصت های فروش و فعالیت های فروشنده ها را جمع آوری می کند تا مشخص باشد هر مشتری در چه مرحله ای قرار دارد و قدم بعدی در تعامل با او چیست.

به زبان ساده...

این سیستم، مثل نقشه ی راه، کمک می کند فرآیند فروش شفاف و پر سرعت انجام شود چون با استفاده از آن، فروشنده می داند چه زمانی باید مشتری را پیگیری کند و مدیر می تواند در هر لحظه وضعیت فروش فروشندگان را ببیند.

کدام کسب و کارها به سیستم مدیریت فروش نیاز دارند؟

به طور کلی هر کسب و کاری که به دنبال فرآیند فروش شفاف و قابل کنترل است و می خواهد طبق یک دستورالعمل یکسان و مناسب با مشتریان خود ارتباط برقرار کند به سیستم مدیریت فروش نیاز دارد. این نرم افزار کسب و کار شما را حرفه ای تر نشان می دهد و با نظمی که ایجاد می کند باعث بهبود شهرت برند شما در بلند مدت خواهد شد.

اگر هر کدام از ویژگی های زیر در کسب و کار شما دیده می شود، تهیه ی نرم افزار مدیریت فروش باید در اولویت شما قرار بگیرد:

- کسب و کارهایی که با چند مشتری هم زمان مذاکره می کنند.
 - شرکت های خدماتی و پیمانکاری، آژانس ها و سازمان های مشاوره ای)
 - فرآیند فروش آن ها زمان بر است و شامل مراحل مختلف مثل تماس، پیگیری، مذاکره، ارسال پیشنهاد و بستن قرارداد است.
- (مجموعه های تولیدی، فروش های B2B، شرکت های عمده فروشی، فروش محصولات گران قیمت مثل املاک و ...)

پیشنهاد ویژه

نرم افزار CRM اوج ابی را رایگان تجربه کنید.

شروع رایگان CRM

CRM اوج ابی

- کسب و کارهایی که بیش از یک فروشنده دارند یا قصد رشد تیم فروش خود را دارند.
- شرکت هایی که می خواهند بدانند چرا فروش کم یا زیاد می شود تا بتوانند فروش آینده را پیش بینی کنند.

تاثیر سیستم مدیریت فروش در رشد درآمد با یک مثال

فرض کنید یک شرکت ارائه‌دهنده اینترنت با تعداد مشتریان زیاد، بدون سیستم مدیریت فروش مشغول فعالیت است. در این سازمان...

- درخواست‌های مشتریان از مسیرهای مختلفی مثل تماس تلفنی، سایت یا پیام‌رسان‌ها وارد می‌شود، اما این اطلاعات پراکنده است و تصویر دقیقی از وضعیت هر مشتری وجود ندارد.
- بعضی درخواست‌ها دیر پیگیری می‌شوند یا فراموش می‌شوند، فروشنده‌ها هرکدام به روش خودشان جلو می‌روند و مدیر فقط نتیجه نهایی فروش را می‌بیند.
- در این شرایط، فروش به شدت وابسته به تجربه و دقت افراد است و با کوچک‌ترین بی‌نظمی یا جابه‌جایی نیرو، تعداد مشتریان شما روزبه‌روز کمتر می‌شود.
- مشتریان فعلی نیز هر بار که به دلیل درخواست یا مشکلی با شرکت شما تماس می‌گیرند باید از ابتدا خودشان را معرفی کنند، بگویند چه زمانی چه اشتراکی خریده‌اند و... به این ترتیب ریزش مشتریان فعلی نیز تبدیل به یک چالش جدی می‌شود و درآمد سازمان را کمتر می‌کند.
- اعتبار و شهرت برند همیشه زیر سایه‌ی این بی‌نظمی است و با گذشت زمان در بازار به عنوان یک شرکت غیرحرفه‌ای معرفی می‌شود که می‌تواند موجب نابودی کامل کسب و کار شود.

اما اگر از سیستم مدیریت فروش استفاده کنید...

- تمام درخواست‌های مشتریان در یک سیستم متمرکز ثبت می‌شود.
- از همان ابتدا مشخص است هر مشتری از کجا آمده و چه نوع سرویسی می‌خواهد.
- مسیر فروش به شکل مشخص تعریف می‌شود؛ از ثبت درخواست و بررسی پوشش خدمات گرفته تا نصب و فعال‌سازی.
- سیستم، پیگیری‌های لازم را یادآوری می‌کند و اجازه نمی‌دهد درخواست‌ها به خاطر شلوغی یا فراموشی از دست بروند.
- مدیر فروش با یک دید از بالا به کل چرخه فروش، می‌فهمد کدام بخش از فروش نیاز به اصلاح دارد.
- تعداد بیشتری از فرصت‌ها به فروش نهایی تبدیل می‌شود و شرکت بدون افزایش هزینه جذب مشتری، رشد فروش زیادی را تجربه می‌کند.

همچنین استفاده از سیستم‌هایی مثل **نرم‌افزار CRM**، که در ادامه آن را کامل معرفی می‌کنیم، به شما کمک می‌کند تمام بخش‌های کسب و کار را یکپارچه‌سازی کنید و با داده‌های یکسان در تیم‌های فروش، خدمات پشتیبانی، انبار، پروژه و... خدمات و ارتباطات خود با مشتریان را حرفه‌ای‌تر مدیریت کنید. به این ترتیب با افزایش رضایت مشتریان، نرخ ریزش مشتریان فعلی نیز کاهش پیدا می‌کند.

همین حالا فروش خود را سیستماتیک کنید (تست 5 روزه)

چک لیست ویژگی‌های ضروری نرم‌افزار مدیریت فروش

99 جیم کالینز نویسنده حوزه توسعه سازمانی	۱۴۰۴/۱۰/۱۴
شرکت‌های عالی، فقط واحد فروش نمی‌سازند؛ فرهنگ فروش می‌سازند.	

در مدیریت فروش، امکانات بیشتر لزوماً نتیجه بهتر نمی‌آورد. آنچه مهم است، وجود چند ویژگی کلیدی و درست است که با فرآیند فروش شما هم‌راستا باشد. ساده ترین سیستم‌های مدیریت فروش با امکانات پایه، لازم است عملکردهای زیر را به کسب و کارها ارائه دهند.

۱. ثبت و مدیریت مشتریان و سرخ‌ها

این بخش یعنی نرم‌افزار بتواند پروفایل افرادی که احتمال خرید دارند و البته مشتریان فعلی را در یک منبع مشخص نگه دارد.

برای هر مشتری باید معلوم باشد از کجا با کسب‌وکار آشنا شده، چه اطلاعاتی از او داریم، چه تماس‌هایی با او گرفته شده و آخرین وضعیتش چیست. وقتی این اطلاعات ثبت می‌شود، دیگر مشتری‌ها گم نمی‌شوند، تماس تکراری گرفته نمی‌شود. و اگر فروشنده عوض شد، اطلاعات مشتری از بین نمی‌رود.

این بخش کمک می‌کند هیچ فرصتی فقط به خاطر بی‌نظمی یا فراموشی از دست نرود.

۲. نمایش و مدیریت مراحل فروش

نرم‌افزار باید مسیر فروش را مثل یک نقشه روشن نشان دهد؛ مثلاً تماس اولیه، جلسه، ارسال پیشنهاد، مذاکره و ... با امکان ترسیم این مسیر که به آن پایپ‌لاین فروش (Pipeline) نیز گفته می‌شود، مشخص می‌شود هر مشتری در کدام مرحله قرار دارد و برای جلو رفتن فرآیند باید چه کاری انجام شود. این کار باعث می‌شود در صورت وجود چالش در یکی از مراحل، مدیر فروش سریع بفهمد باید روی چه بخشی کار کند.

این ویژگی عملکرد فروش را قابل مشاهده و قابل پیگیری می‌کند.

۳. پیگیری فعالیت‌های فروش

در این بخش، همه کارهایی که برای فروش انجام می‌شود مثل تماس تلفنی، جلسه حضوری یا آنلاین، پیام، ایمیل و پیگیری‌ها ثبت می‌گردد تا اگر کسی مرخصی بود یا از تیم جدا شد، حرکت فروش متوقف نشود.

به این ترتیب، فروش وابسته به افراد درون سازمان نخواهد بود.

۴. یادآوری و مدیریت کارها

99 به گزارش Hubspot	۱۴۰۴/۱۰/۱۴
تیم‌هایی که فرآیند فروش سازمان‌یافته و سیستم مدیریت فروش دارند، تا ۲۴٪ سریع‌تر قرارداد می‌بندند.	

نرم‌افزار باید به فروشنده اعلام و یادآوری کند که چه کاری را، چه زمانی انجام دهد؛ مثلاً یادآوری تماس فردا یا پیگیری یک پیشنهاد ارسال‌شده به مشتری. این ویژگی جلوی فراموش شدن پیگیری‌ها را می‌گیرد و باعث می‌شود فرصت‌های فروش نیمه‌کاره نمانند.

فروشنده به‌جای یادداشت‌های پراکنده، با یک لیست مشخص از کارها جلو می‌رود و تمرکزش بیشتر می‌شود.

در نتیجه نظم تیم فروش بیشتر می‌شود و فروش اتفاقی کاهش پیدا می‌کند.

۵. مدیریت عملکرد فروشندگان

در این بخش، نرم‌افزار نشان می‌دهد هر فروشنده چه وضعیتی دارد. یعنی مشخص است هر نفر چند فرصت فروش فعال دارد، در کدام مراحل عملکرد بهتری دارد و در کجاها ضعف‌تر عمل می‌کند. همچنین معلوم می‌شود چه کسی به بستن قرارداد نزدیک‌تر است و چه کسی نیاز به آموزش یا حمایت بیشتر دارد.

این اطلاعات کمک می‌کند مدیریت تیم فروش دقیق‌تر انجام بگیرد.

۶. گزارش‌گیری و تحلیل فروش

سیستم باید گزارش‌هایی تولید کند که به تصمیم‌گیری بهتر برای هدایت فروش کمک کنند. مدیر باید بتواند بفهمد چرا فروش در یک دوره بالا رفته یا پایین آمده، مشکل در کدام مرحله از فروش است و کجا بیشترین مشتریان از دست می‌روند. این گزارشات کمک می‌کنند به‌جای حدس زدن، مشکل دقیق شناسایی و اصلاح شود.

کسب و کار به ریشه چالش‌هایش پی می‌برد و برای رفع آن‌ها به صورت صحیح اقدام می‌کند.

۷. پیش‌بینی فروش

بر اساس داده‌هایی که از مراحل فروش و فعالیت‌ها جمع می‌شود، نرم‌افزار می‌تواند نشان دهد در آینده نزدیک چه مقدار فروش محتمل است. پس می‌توان برای درآمد، منابع، استخدام یا هزینه‌ها بهتر برنامه‌ریزی کرد.

کسب و کار همیشه یک قدم جلوتر از می‌بیند و با دید بهتر تمام بخش‌ها را مدیریت می‌کند.

نکات کلیدی در انتخاب نرم‌افزار مدیریت فروش

در قسمت قبلی ویژگی‌های ضروری یک سیستم مدیریت فروش را بررسی کردیم و حالا می‌خواهیم بدانیم **چطور بهترین نرم‌افزار را برای مدیریت فروش انتخاب کنیم. کدام ویژگی‌ها، یک نرم‌افزار مدیریت فروش را نسبت به گزینه‌های دیگر متمایز می‌سازد؟**

مهم ترین مواردی که علاوه بر ویژگی‌های اساسی باید به آن‌ها توجه کنید موارد زیر هستند:

- **سفارشی‌سازی:** سیستم فروش باید مطابق فرآیند واقعی کسب‌وکار تنظیم شود، مثلاً لازم است بتوان مراحل فروش را تغییر داد یا فرم‌های مختلف در سیستم را با توجه به مدل فروش، تنظیم کرد.
- **اتوماسیون‌سازی:** کارهای تکراری و زمان بر مثل ارسال پیامک تأیید به مشتری یا ایجاد فاکتور بعد از موفقیت در فروش باید به وسیله‌ی تنظیمات خاص به صورت خودکار انجام شوند تا تمرکز فروشندگان روی اقدامات حیاتی‌تر باشد.
- **امکان استفاده با موبایل:** فروشندگان باید بتوانند در هر مکان و زمان به اطلاعات مورد نیاز دسترسی پیدا کنند. حتی زمانی که در خارج سازمان هستند یا در ماموریت‌های ضروری به اطلاعات نیاز پیدا می‌کنند. استفاده از سیستم مدیریت فروش ابری به راحتی می‌تواند این مشکل را حل کند.
- **یکپارچه‌سازی با بخش انبار و تولید:** فروش باید بداند یک کالای خاص موجود است یا نه و بعد از فروش، موجودی انبار نیز به‌صورت خودکار کم شود.
- **یکپارچه‌سازی با پایانه فروش:** اگر فروشگاه فیزیکی و فروش حضوری دارید مدیریت فروش شما باید شامل سیستم ثبت سفارش نیز باشد.
- **یکپارچه‌سازی با حسابداری و صدور فاکتور:** بعد از موفقیت در فروش، باید فاکتور به‌صورت خودکار ایجاد و به حسابداری ارسال شود تا پیگیری‌های لازم برای پرداخت مشتری انجام گیرد.
- **مقیاس‌پذیری:** سیستمی که امروز انتخاب می‌کنید باید قابلیت رشد همگام با کسب و کار شما را داشته باشد تا در آینده مجبور به تعویض آن نشوید. سیستم مدیریت فروش باید بتواند همراه با رشد کسب‌وکار، کاربران و حجم فروش بزرگ‌تر شود.

حالا که تمام ویژگی‌های اصلی و فرعی نرم‌افزار مدیریت فروش را بررسی کرده‌ایم وقت آن است که بهترین راه‌حل برای مدیریت فروش، یعنی نرم‌افزار CRM را به زبان ساده معرفی کنیم.

مفهوم نرم‌افزار CRM چیست؟

نرم‌افزاری سی آر ام یا مدیریت ارتباط با مشتریان سیستمی است که مدیریت کل مسیر ارتباط با مشتری، از اولین تماس تا فروش و حتی بعد از آن را بر عهده می‌گیرد و به گونه‌ای این کار را انجام می‌دهد که رضایت مشتریان شما چند برابر شود. CRM‌های حرفه‌ای امروزه تمام بخش‌های کسب و کار را پوشش می‌دهند و به عنوان یک منبع مرکزی اطلاعات تمام فرآیندهای منابع انسانی، فروش، بازاریابی، پشتیبانی، انبار، تولید و... را مدیریت می‌کنند.

ماژول معاملات بخش مهمی از این سیستم است که مشخصاً فرآیند مسیر فروش را با یک نمای بصری و امکانات پرشمار کنترل می‌کند. برخلاف سیستم‌های مستقل مدیریت فروش، استفاده از سی آر ام این امکان را برای شما فراهم می‌کند که فروش را کاملاً هماهنگ با بخش‌های انبار، حسابداری، تولید، منابع انسانی، پشتیبانی و... مدیریت کنید.

بهترین نرم‌افزار مدیریت فروش

اولین سیستم دانش‌بنیان مدیریت ارتباط با مشتری در ایران با نام سی آر ام اوج ابری، به طور خاص روی مدیریت فروش و تمام جزئیات آن متمرکز شده است. ویژگی‌های شمرده شده در بخش‌های قبلی همگی در این سیستم مشاهده می‌شوند و این نرم‌افزار به انتخاب اول بسیاری از کسب و کارها تبدیل شده است.

چرا؟ چون...

همه اطلاعات فروش را یک‌جا جمع می‌کند.

پروفایل مشتریان، فرصت‌های فروش، سفارش و فاکتور همگی در یک سیستم ثبت می‌شوند و دیگر نیاز نیست بین فایل‌ها و نرم‌افزارهای مختلف جابه‌جا شد.

خطاهای انسانی را کم می‌کند.

با خودکار شدن بسیاری از مراحل، اشتباه در قیمت‌گذاری، فراموشی پیگیری‌ها یا دوباره‌کاری به حداقل می‌رسد.

فروش و عملیات‌های دیگر را به هم وصل می‌کند.

روی یک مسیر استاندارد، فروش ثبت می‌شود، موجودی انبار بررسی می‌شود، فاکتور صادر می‌شود و حسابداری در جریان قرار می‌گیرد.

همیشه برای رشد آماده است.

کسب‌وکار می‌تواند از یک فروش تلفنی ساده با تیم فروش کوچک شروع کند و با رشد بیشتر، امکانات و ماژول‌های دیگر CRM مثل ثبت سفارش حضوری یا انبار را اضافه کند بدون اینکه لازم باشد سیستم به کل عوض شود.

هزینه اضافه به سازمان تحمیل نمی‌کند.

به‌جای چند نرم‌افزار جداگانه، یک سیستم یکپارچه ارائه می‌دهد که نگهداری و آموزش آن به کارکنان نیز ساده‌تر است.

اگر به فکر **خرید نرم‌افزار CRM** برای مدیریت فروش سازمان خود هستید می‌توانید همین حالا با استفاده از نسخه‌ی دمو اوج ابری، ویژگی‌های آن را شخصاً امتحان کنید. تمام ماژول‌های اوج ابری به صورت کاملاً رایگان به مدت ۵ روز در اختیار کسب و کار شماست تا بهترین انتخاب را برای رشد سازمان خود داشته باشید.

دریافت PDF

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

دانلود PDF

سوالات متداول

اگر پاسخ سوالتان را در بخش سوالات متداول پیدا نکردید، می‌توانید با تیم پشتیبانی ما تماس بگیرید.

۱. تفاوت سیستم مدیریت فروش با CRM چیست؟

۲. سیستم مدیریت فروش چگونه به افزایش درآمد کمک می‌کند؟

۳. آیا کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هم به سیستم مدیریت فروش نیاز دارند؟

بله. وقتی تعداد مشتریان یا درخواست‌ها بیشتر می‌شود، بدون سیستم فروش، احتمال از دست رفتن فرصت‌های فروش بیشتر می‌شود و شانس رشد کسب و کار کمتر می‌شود. استفاده زودهنگام از سیستم مدیریت فروش، جلوی بسیاری از مشکلات را می‌گیرد.

صبا ضحیری / 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

ایمیل

عضویت

فهرست مطالب

- نرم‌افزار مدیریت فروش چیست و چه کاربردی دارد؟
- کدام کسب و کارها به سیستم مدیریت فروش نیاز دارند؟
- تاثیر سیستم مدیریت فروش در رشد درآمد با یک مثال
- چک لیست ویژگی‌های ضروری نرم‌افزار مدیریت فروش
- نکات کلیدی در انتخاب نرم‌افزار مدیریت فروش
- مفهوم نرم‌افزار CRM چیست؟



اشتراک گذاری

نام*

نام شما

ایمیل*

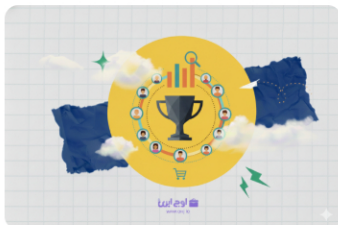
ایمیل شما

دیدگاه*

نظر شما

فستادن دیدگاه

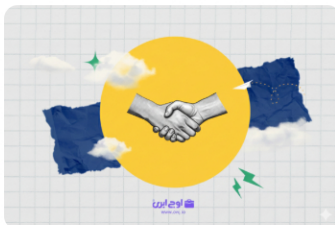
مقالات پیشنهادی



باشگاه مشتریان ۶ دقیقه ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

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 ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

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 ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

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 سازوکار برای هدایت رفتار مشتریان به سمت اقدام مد نظر کسب و کار ...



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، دستقیب 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: ۰۲۱-۹۱۳۰۳۷۰۰
کارمندان	شرکت های بازرگانی	مقایسه‌ها	درباره لوج ابری	
ساعت کارکرد	رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها	قیمت نرم افزار crm	توافق نامه	
مدیریت فروش	سالن‌ها و کلبیک‌های زیبایی	چیسٲ CRM	قوانین و مقررات	
مشاهده تمام ماژول‌ها	مشاهده CRM برای شغل شما	دستگاه ذخیره شماره مشتری	سیاست حریم خصوصی	