

Sizin için uygun CRM'e nasıl karar vereceksiniz?



Dünyada uzun yıllardır faydaları konuşulan Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) artık ülkemizde de kabul görmüş bir kavram. Müşteri ile ilişkili iş yapan (satış, teknik servis, hizmet vs) tüm iş kolları için neredeyse olmazsa olmaz bir gereksinim CRM. Ancak hala CRM'in gerçekte ne olduğu konusunda bir kavram kargaşası yaşandığı da bir gerçek. Sizin için uygun CRM'e karar vermeden önce CRM'in gerçekte ne olduğunu net şekilde tanımlamak şart.

Peki ama nedir bu CRM?

Çoğu yönetici, CRM kavramı ile ilk tanıştığında, bu teknolojinin, müşteri takibi ile ilgili tüm dertleri sona erdirecek sihirli bir değnek olduğu fikrine kapılıyor. Oysa ki gerçek biraz daha farklı. CRM aslında sizin şirketinize özel iş yapış şeklini ortaya çıkaran bir metodoloji. Teknoloji ise ancak bu metodoloji düzgün şekilde oluşturulduktan sonra uygulama ve performans ölçümü noktalarında devreye giriyor. Özetle eğer şirketinizin henüz müşteri odaklı iş yapış stratejisi ve bu stratejinin uygulanması için gerekli size özel metodoloji belirlenmediyse, herhangi bir CRM alımı için karar vermeden önce mutlaka bu öncelikleri yerine getirmeniz gerekiyor. Yoksa elde edeceğiniz sonuç, ya size hiç uymayan bir çözümü seçmek ya da sizin değişen ihtiyaçlarınızı karşılamadığı için bir kaç yıl içinde değişen bir sistem olacaktır.

CRM'in temel bileşenleri nedir?

Herhangi bir CRM alımına karar vermeden önce gerçek bir CRM çözümünde olması gereken temel bileşenleri de gözden geçirmekte fayda var. Şirketiniz için herhangi bir CRM çözümünü incelerken satış, pazarlama ve servis departmanlarınızın verimliliğini artırmak için aşağıdaki bileşenleri dikkatlice değerlendirmek gerekiyor:

- Teklifler, bekleyen siparişler, toplam satışlar ve kota analizleri,
- Aday müşterilerin takibi,
- Ofis dışındaki satıcılar için bilgiye anlık erişim imkanı
- Esnek pazarlama listeleri ve kampanya oluşturabilme,
- Kampanya sonuçlarının takibi,
- Geniş duyuru/gönderim seçenekleri
- Tüm müşteri tarihçesinin detaylı takibi ve istendiğinde geçmişe anlık erişim
- Servis taleplerinin otomatik dağıtımı
- Servis taleplerinin kapanma sürelerinin takibi ve aksayan noktaların teşhisi
- Endüstri standardı CRM rapor ve formlarına erişim

CRM size ne fayda sağlayabilir?

Her kurumun CRM'den elde edebileceği fayda farklı olmakla birlikte genel anlamda bakıldığında beklentiniz aşağıdaki noktalarda kazanç elde etmek olmalıdır.

- Müşterilerinize daha iyi hizmet sunmak
- Çağrı merkezlerini daha verimli hale getirmek
- Çapraz ürün satış imkanlarını artırmak
- Satış ekibinin projeleri daha hızlı ve olumlu sonuçlandırmak
- Satış/pazarlama süreçlerini basitleştirmek
- Yeni müşteriler kazanmak
- Müşteri başına geliri artırmak



CRM için adım atmadan önce kendinize sormanız gereken beş soru?

CRM uygulamaları ile ilgili temel kavramları değerlendirdikten sonra bir önemli aşama da sizin kurum olarak CRM'e ne kadar hazır olduğunuzu bilmek olacaktır. Ne de olsa, seçeceğiniz çözüm ne kadar kapsamlı ve ihtiyaçlarınıza uygun olursa olsun, eğer kurum içinde kabul görmez ve dolayısıyla tam olarak kullanılmazsa, yaptığınız yatırımın heba olması kaçınılmaz sonudur.

1. Şirketimiz gerek organizasyon gerekse kültürel olarak CRM'e ne kadar hazır?
2. CRM ile ilişkili iş süreçlerimizi doğru tanımlayabiliyor ve ölçümleyebiliyor muyuz?
3. Yeni CRM teknolojisini şirketimize uygulamak teknoloji ve insan kaynakları altyapımız hazır mı?
4. Çalışanlarımız CRM projesine ne kadar destek veriyor ve CRM projesinin başarılı olması için ne kadar motive?
5. Şirket olarak daha çok müşteri (dolayısıyla daha az ürün) odaklı bir bakış açısı benimseyebilecek miyiz?

CRM yatırımı yapmanız gerektiğine karar verdiniz. Şimdi sırada ne var?

CRM alım kararı vermeden, öncelikle şirketinizde böyle bir çözüme gerçekten ihtiyaç duyulduğundan emin olmak şart. Bunun için en doğru yaklaşım gerçek hayattan alınma bir örnek vaka üzerinden hareketle ihtiyacınız olan verileri ve prosesleri belirlemek, yatırımın gerekliliğini doğrulamak ve gün sonunda elde edilecek faydayı kanıtlamak olacaktır. Bunu yaparken, proje ile ilgili her departmandan katılımcılarla oluşacak, hedefi CRM'i şirket içinde başarıya ulaştırmak olan bir ekip oluşturabilirsiniz. Bu noktada muhtemel CRM kullanıcılarınızın konu ile ilgili görüş ve önerilerini almak, en baştan itibaren konuya gerçek anlamda dahil olmalarını ve böylece projenizin başarısızlıkla sonuçlanma riskini en aza indirmenizi sağlayacaktır.

Sizin için en uygun CRM hangisi?

CRM yatırım kararını kesin olarak aldıktan sonra artık sırada seçenekleri incelemek ve size en uygun çözümü seçmek var. Bunun için sektörde gerek yerli gerekse yabancı pek çok seçenek bulunuyor. Doğru seçimi yapmak için demo almak bilinen en faydalı yöntem. Ancak gerek demoyu alırken gerekse sonraki değerlendirme aşamasında dikkat etmeniz gereken birçok nokta var. Aşağıdaki liste en kapsamlı değerlendirmeyi yaparak en doğru kararı almanız için size yardımcı olacaktır.

Seçim yapmadan önce neler sormalısınız?
Sunduğunuz pakette hangi CRM özellikleri var? (satış analizi, pazarlama, aday yönetimi, kontakt yönetimi, kampanya, gerçek zamanlı raporlama, iş ortağı yönetimi,...)
Ürününüz web tabanlı mı?
Muhasebe veya ERP paketleriyle entegrasyonu var mı?
Bizimkine eşdeğer müşteri adedi veya veri ile çalışan kullanıcınız var mı?
Çoklu dil ve çoklu para birimi desteğiniz mevcut mu?
Program bizim ihtiyaçlarımıza göre düzenlenmesi/uyarlanması mümkün mü?
Tahmini lisans maliyeti nedir?
Tahmini eğitim ve uyarlama maliyeti nedir?
Ürünün ortalama uygulama ve eğitim süresi ne kadar?
Yıllık destek ve bakım maliyetleriniz nedir?
Ürünle birlikte hangi dökümanlar geliyor?
Ürün desteğini siz mi iş ortaklarınız mı veriyor?
Ürününüz kaç yerde çalışıyor? Referans verebilir misiniz?
Başka hangi ürün ve yazılımlarla ortak çalışmanız var?

Artık seçim yapma zamanı...

Tüm demoları aldıktan ve her üreticiden gereken bilgileri topladıktan sonra seçim yapmak için doğru zaman gelmiştir. Kararınızı verdikten sonra son bir önemli nokta daha kalıyor: sözleşme. CRM projenizin planlanan sürede ve doğru şekilde tamamlanması için iyi bir sözleşme yapmakta fayda var. Bu sözleşme, ürün sağlayıcınızın sizin beklentilerinizi net şekilde anlamasını sağlarken tarafların etkin şekilde kaynak (zaman, eleman, teknik altyapı..) planlamasını yapmasını ve sonuçta iyi işleyen bir sistem kurulmasını garanti edecektir.