



CRM'in size ihtiyacı var...

Hepimiz CRM'in yönetim anlamında kurumlara sağladığı avantajları az, çok biliyoruz:

- Satışları daha iyi takip etmek
- Müşteri ilişkilerini daha kuvvetli hale getirmek
- Çapraz satış olanaklarını artırmak
- Satış tüneli/kota hedeflerini takip etmek

Bu listeye daha pek çok madde eklemek mümkün...

Peki ama CRM'in satıcılara ne faydası var?

Bu soru ile sıkça karşılaşıyoruz. Satıcılar genellikle doğrudan bir fayda görmedikleri için CRM'i (eğer herhangi bir veri girdirmeyi başarabilmişseniz bile) doğru bilgilerle güncel tutmak için pek fazla hevesli olmuyorlar.

Bunun birkaç önemli nedeni var:

1. Seçtiğiniz CRM sisteminizin kullanımı zor ise, siz ne kadar ekibinizi motive etmeye çalışsanız da bir noktada tıkanma yaşıyor.
2. Genellikle kullanıcılar için parasal bir getiri olmuyor. Satıcılar zamanlarını veri girmek yerine "prim getirici" satış işleri ile uğraşmak için harcamayı tercih ediyorlar.
3. Satıcı, yetersiz eğitim nedeni ile CRM'i nasıl kullanacağını tam olarak bilmiyor.
4. Satıcı, sürekli izlendiği hissi ile sisteme veri girmekten kaçınıyor.

Yukarıda saydıklarımız satıcıların neden CRM kullanmak istemediğini açıklıyor. Tabi asıl soru şu olmalı: Satıcılarımız neden CRM kullanmalı? Bu sistemin onlara ne faydası var?

CRM'in satıcılara getireceği ilk ve belki de en önemli fayda tüm bilginin tek bir çatı altında toplanıyor olması. Müşteri ile ilgili tüm geçmiş bilgilere anlık ulaşma imkanı, karmaşık satış süreçlerinin çok daha kısa sürede tamamlanmasına imkan tanıyor. Bunun yanı sıra diğer satıcı arkadaşlarının, başka müşterilerle, benzer süreçlerde yaşadığı tecrübelerle ilgili bilgiye ulaşabilen bir satıcı, kendi satış sürecinde bu tecrübelerden faydalanabiliyor.

Satıcının elde edeceği diğer bir avantaj ise, herhangi bir konuda mutsuz olan müşteriyle görüşürken ortaya çıkıyor. Satıcı, o müşteriyle ilgili tüm geçmiş konuları önünde görebildiği için, müşterinin karşısında kendini veya şirketini çok daha rahat şekilde savunabiliyor ve konuyu hızlı şekilde çözüme ulaştırabiliyor.

CRM'in satıcılar için yukarıdakilere benzer daha pek çok faydasını saymak mümkün. Ekibinizin sistemi benimsemeleri, doğru veri girmeleri ve sonuçta söz konusu faydalardan yararlanabilmeleri için esas iş ise size düşüyor. Aşağıda bu yolda işinizi kolaylaştıracak bazı önerileri bulabilirsiniz.

Bir plan yapın ve bu plana uyun:

CRM sisteminizi şirketinize sunarken iyi bir hareket planınız olmalı. Özellikle uygulama ve eğitim zamanlamalarını iyi ayarlayın. Eğitim başladığı sırada sistemin kurulumu tamamen bitmiş olmalı!

Satıcılarınızdan geçmişe ait tüm bilgileri sisteme girmelerini beklemeyin:

Müşteri ile ilgili geçmiş bilgileri mümkün olduğunca konsolide edin ve bu bilgilerin sisteme girişi için alternatif bir çözüm üretin. Satıcıların zamanı değerlidir. Bu zamanı boşa harcamayın!

Her satıcınıza belli sayıda müşteri atayın:

Muhtemelen şirketinizdeki uygulama da bu şekildedir. Ancak satıcılarınızın, ilgili müşteri bilgilerinin sisteme girişinden de sorumlu olması şart!



Ekibinizden herhangi biri sizden bir bilgi istediğinde sisteme bakmasını söyleyin:
Bu madde tüm çalışanların CRM'e adapte olması için en önemli anahtardır.

Elemanlarınızı sistemi kullanmaya teşvik edin:

Ayın CRM kullanıcısı veya en iyi bilgi giren satıcı... Nasıl olduğu fark etmez, ancak ekibinizin onları takip ve takdir ettiğinizden haberi olmalı!

CRM'i şirket kültürünüzün bir parçası yapın:

Her yeni başlayan elemana, şirketinizde CRM kullanımının şart olduğunu belirtin ve gerekli eğitimi mutlaka almasını sağlayın!

Bu öneriler, pek çok firmada CRM'e geçişi kolaylaştırmaya yardımcı olmaktadır. Bu sayede hem satıcılar hem de yöneticiler bu sistemin sunabileceği tüm avantajlardan yararlanarak çok daha büyük başarılarla birlikte imza atmanın keyfini yaşamaktadırlar. Siz de benzeri yaklaşımlarla, kullanımı başlangıçta belki de biraz ürkütücü gözükse de bu sistemi kurumunuzda kolaylıkla uygulayabilirsiniz.

Kaynak: CRM Ireland – 13 Eylül 2006