



8 עצות ליישום מוצלח של CRM 



## 8 העצות

1. השתמשו במערכת ה CRM שלכם.
2. בצעו התאמות אישית של המערכות.
3. אל תיישמו "בכוח" תכונות שאין בהן צורך.
4. בצעו אוטומציה של הפעילויות היום יומיות שלכם. נצלו את זמנכם למה שחשוב. ה CRM עובד בשבילכם.
5. הקפידו על אבטחת מידע וגיבויים.
6. חברו את חלקי הפאזל.
7. נתחו. שפרו.
8. בצעו סקרים, שפצו וגלו מחדש.

## 8 עצות להטמעת CRM מוצלחת

השוק העולמי לתוכנות ניהול קשרי לקוחות (CRM) צפוי להגיע ל- 48.4 מיליארד US\$ עד 2020.

מתוך דו"ח של Global Industry Analysis Inc.



עסקים ברחבי העולם הבינו את החשיבות של מערכת CRM. כאשר כמעט כל חברה משתמשת בצורה כלשהי של מערכת CRM, ניתן לראות שמערכות רבות לא ממצות הפוטנציאל שלהן, או אפילו לא נמצאות בשימוש.

אם זה עתה רכשתם מערכת CRM, ייתכן שעדיף להתחיל עם שימוש בסיסי כדי להבטיח קליטה טובה ע"י משתמשי הארגון. בטווח הארוך, לעומת זאת, אם אתם מצפים להחזר טוב על ההשקעה שלכם ב CRM, תצטרכו לעשות את השימוש הטוב ביותר בכל התכונות הזמינות בהתבסס על הדרישות העסקיות שלכם, תוך שמירה על הדינמיקה והמגמות המשתנות בתחום שוק ה CRM.

אם אתם חושבים שהעבודה שלכם הושלמה לאחר פריסת ה CRM שלכם, חישבו שוב. אתם רק מתחילים.

הנה שמונה עצות שימושיות שיעזרו לכם להשתמש ב CRM שלכם בצורה הטובה ביותר, לשפר את הפרודוקטיביות שלכם, ולהניב החזר גבוה בהרבה על ההשקעה.

עצה  
#1

## השתמשו במערכת ה-CRM

בעוד שאתם, כבעלי עסק קטן או מנהלי IT, עשויים להיות משוכנעים לגבי השימוש בכלי CRM ספציפי, ודאו שאתם מתקשרים את היתרונות שלו לכל המשתמשים שלכם.

אחרי הכל, כל המטרה של CRM היא להקל על חיי הלקוחות. לא תוכלו לקצור את היתרונות של הטמעת מערכת CRM אלא אם כל צוות המכירות שלכם משתמש בה מקצה לקצה.

העצה הזו חשובה, ולכן היא קודמת לכל; שבע האחרות מבוססות לחלוטין על שימוש במערכת ה-CRM שלכם.

השינוי הינו קשה בהתחלה, מבולגן באמצע, ומהמם בסוף.

ROBIN SHARMA, מייסד Sharma Leadership International (SLI)



למרות שעשוי לעבור זמן מה עד שהמשתמשים יתרגלו למערכת החדשה, ככל שהם ירבו להשתמש ב-CRM, כך היא תוסיף יותר ערך לעסק שלכם. כדי להבין את אופן הפעולה של ה-CRM, נדרשת השקעה רצינית.

הנה כמה הצעות כיצד לעודד את הנציגים שלכם לאמץ את מערכת ה-CRM החדשה מהר יותר:

השתמשו בקבוצות מיקוד כדי להעריך כלי CRM שונים, ולכלול את המשוב שלהן במהלך קבלת החלטות שלכם.



הכניסו את כל המשתמשים למערכת ה-CRM, וודאו שכולם ישתמשו בה מדי יום, בקשו מהמשתמשים להוסיף תמונות לכרטיס המשתמש שלהם כדי לעשות את המערכת ידידותית יותר.



צפו והפיצו סרטוני הדרכה שיעזרו לנציגים להבין כיצד להשתמש במערכת בצורה יעילה.



הפכו את מערכת ה-CRM לקלה יותר עבור המשתמשים על ידי:

- הסרת שדות בעלי מידע לא רלוונטי מהמערכת
- המעטה ככל הניתן בשדות חובה



הפעילו תהליכי עבודה של המרת לידים ב-CRM שלכם מיד בהתחלה. ביצוע הצעד הזה, יבטיח שהתהליך ברור לכולם, החל ממנהלים בכירים ועד למגויס חדש, תוך ליווי ומעקב אישי.



עצה  
#2

## בצעו התאמה אישית של המערכת בכל הרמות האפשריות

CRM מותאם אישית עושה הבדל עצום לעסק שלכם. זה מה שגורם לו להפוך מסתם CRM ל CRM שלכם. אחרי הגדרת המערכת על סמך האופן שבו העסק שלכם פועל, מערכת ה CRM תהפוך מוכרת למשתמשים מהר יותר. וכשזה קורה - סביר יותר שהם יאמצו אותה.

לדוגמה, אם אתם עוסקים בנדל"ן, הגדרת מודולים ושדות בשמות כגון "דירות", "בעלי בתים", "קונים" וכו'. תעזור למשתמשים לנווט בקלות במערכת ה CRM.

**לפני ביצוע של התאמה אישית של ה CRM, חישבו תחילה על חמש השאלות הבאות:**

מי הם בעלי העניין העיקריים של העסק שלי?

מאיפה הלידים שלי מגיעים?

איזה מידע על הלידים שלי אני רוצה לנהל ב CRM?

מהו תהליך המרת הלידים שלי, ובאילו שלבים מדובר?

מהן התבניות (אימייל, חשבונית או מיזוג דואר) המעורבות בעסקאות שלי?



ניתן לעשות התאמה אישית על בסיס הארגון וגם על בסיס המשתמשים.

באותה דרך בה אתם מתאימים אישית את ה CRM הכולל כדי לשקף את התהליך העסקי שלכם, כך יכול גם כל משתמש להתאים אותו בהתאם להעדפות ולדרישות האישיות שלו.

עצה  
#3

## אל תיישמו "בכוח" תכונות שאינן דרושות

הבהירו תמיד מה הציפיה ממערכת ה CRM שלכם. ייתכן שיש הרבה תכונות שיהיו שימושיות באמת עבור העסק שלכם. יחד עם זאת, זכרו שאולי יש תכונות שספק ה CRM מפתה אתכם לקנות בעזרת אנשי השיווק שלו.

לדוגמה, אם העסק שלכם כולל הרבה תהליכי מכירה באמצעות שיחות לקוחות מסורתיות, פנים אל פנים, כנראה שאין לכם צורך בניתוח מידע על שימוש באתרי האינטרנט. אם האתר שלכם אינו המקור העיקרי ללידים, אבל אתם עדיין מוציאים כסף על כלי תובנות מבקרים וצ'אט חי, אתם מסתכנים בסיבוך מיותר של ה CRM שלכם על ידי הוספת תכונות שאינן חיוניות. הישארו ממוקדים. שאלו את עצמכם, "האם התכונות האלה באמת מוסיפות ערך עבור העסק שלי"?

### הנה כמה נקודות נוספות שכדאי לזכור:

לעולם אל תיתנו לספק להגדיר את הצרכים העסקיים שלכם. דברו עם עובדים ממספר צוותים והבינו את סדרי העדיפויות שלהם.



הטמיעו רק תכונות שבאמת נחוצות עבור העסק שלכם, וכן ודאו שאתם לא מוציאים כסף נוסף על דבר שאינו הכרחי.



כאשר ספק ה CRM שלכם אומר משהו בסגנון "סמכו עלי, זה בדיוק מה שאתם צריכים עבור העסק שלכם!" אל תתנו להם את היתרון שבספק. נסו את התכונה בעצמכם, ואז תחליטו.



עצה  
#4

## בצעו אוטומציה של הפעילויות היום יומיות שלכם. נצלו את זמנכם למה שחשוב באמת.

החלק הטוב ביותר בפתרון CRM הוא שהוא מצמצם הרבה מהמשימות השגרתיות שנהוג בדרך כלל לעשות באופן ידני, מה שנותן לכם יותר זמן להתמקד בתחומים החשובים ביותר. לדוגמה, ישנם דברים מסוימים שנציגי מכירות עושים מיד לאחר ביקורי הלקוח שלהם, כגון:

- שליחת מייל המשך ללקוחות
- עדכון שדה סטטוס של העסקה
- יצירת משימה למעקב עם שיחה בעוד מספר ימים אם הלקוח לא מגיב



בממוצע, נציג מבלה כ-15 דקות לאחר כל ביקור בביצוע המשימות החוזרות ונשנות הללו, זמן שיסתכם בערך בשעה או שעתיים בכל יום. מה אם כל זה יכול להיעשות בעזרת לחיצה אחת תוך כדי תנועה? עם אוטומציה זה אפשרי.

אוטומציה לא רק חוסכת לכם זמן, אלא גם שומרת על מעורבות הלקוחות עם המותג שלכם. עברו על תהליך המכירות שלכם, אתרו היכן נמצאות המשימות החוזרות על עצמן, והפכו אותן לאוטומטיות.

### הנה כמה הצעות להתחיל עם אוטומציה ולייעל את התהליך:

הפכו את שליחת התראות הדוא"ל ללקוחות הפוטנציאליים שלכם לאוטומטיות, כאשר הם נרשמו או מלאו את טופס יצירת הקשר.



בדקו אם אתם יכול להפוך לאוטומטי את תהליכי הקצאת הלידים ומעקב המשימות של נציגי המכירות.



צרו כללי זרימת עבודה (Work Process) ושייכו פעולות מסוימות שיופעלו לפי תנאים ספציפיים. (כאשר רשומות עומדות בתנאים אלה, הפעולות מבוצעות אוטומטית).



עצה  
#5

## וודאו אבטחת מידע

העסק שלכם עוסק במידע לקוחות רגיש וסודי, החל במשהו פשוט כמו כתובת דוא"ל ועד להצעות מחיר וחוזי שירות. לכן, חשוב מאוד לוודא שהנתונים ב CRM שלכם מאובטחים.

**להלן רשימת השלבים שניתן לנקוט כדי לשמור על בטיחות חשבון CRM שלכם:**

הגדירו הגבלות ברמת IP וודאו שהנתונים שלכם נגישים רק מרשתות נבחרות ומאובטחות.



אפשרו שכבת אבטחה נוספת, כגון אימות דו-שלבי, כדי לאבטח את החשבון בשילוב של סיסמה ונייד. זה מגן על הנתונים שלכם ומקטין את סיכויי הפריצה לחשבון.



בהתבסס על היררכיית התפקידים של הארגון שלכם, ודאו שיש לכם רמות שונות של גישה לנתונים עבור משתמשים, מנהלי מערכת וכו'. חשוב להגדיר באופן ברור בעלי תפקידים וקבוצות ב CRM שלכם.



הגדירו הרשאות נתונים עבור תפקידים שונים ושתפו מסמכים בזהירות רבה.



ודאו שאתם מפעילים גיבויי נתונים במרווחי זמן קבועים כדי להבטיח ולוודא שלא יאבדו נתונים.





עצה  
#6

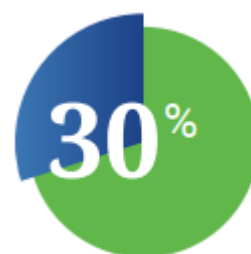
## חברו את חלקי הפאזל.

מרבית העסקים כיום משתמשים בריבוי אפליקציות לניהול הפעילות העסקית שלהם. ישנם האתר שלכם, שירות הדוא"ל שלכם, אתרי המדיה החברתית שלכם, מערכות ה-PBX שלכם ועוד הרבה יישומים נוספים.

עם כל אפליקציה שבה אתם משתמשים, אתם משאירים מעט מידע על הלקוחות שלכם ועל העסקאות שלכם. אבל כל עוד המידע מפוזר במקומות שונים, לעולם לא תוכלו לקבל תמונה הוליסטית של העסק, שלא לדבר על יצירת חווית לקוח מדהימה. בדומה לפאזל, רק כאשר כל החלקים מתחברים, מתקבלת התמונה השלמה.

30% מהמשווקים אומרים שיש להם מקורות נתונים לא רלוונטיים, וזו הסיבה העיקרית לכך שהם לא יכולים להפיק מהם תובנות שימושיות מנתוני לקוחות.

מחקר של Nucleus



**בואו נסתכל על דוגמה. כאשר מערכת ה-CRM שלכם משולבת עם מערכת הדוא"ל, אתם יכולים:**

שלוח ולקבל אימיילים מתוך ואל ה-CRM שלכם.



לשמור את כל הודעות הדוא"ל של הלקוחות שלכם בתוך CRM כדי לתקשר עם איש הקשר.



לבדוק שיעורי פתיחה של מיילים, לסנן לקוחות פוטנציאליים על סמך רמת האינטראקציה שלהם ואז להעריך ולעשות קידום מכירות אגרסיבי יותר.



לקבל דוחות של ניתוח דוא"ל ומציאת האימייל עם הביצועים הטובים ביותר, תבניות לפי שיעור קליקים, שיעור פתיחה, הקפצה (bouncing) וכו'.



מסיבות אלו, מומלץ לשמור על ה-CRM שלכם כפלטפורמה המרכזית לכל העסקאות ולתקשורת עם לקוחות ולקוחות פוטנציאליים. ככל שתזינו יותר נתונים למערכת, כך תוכלו להפיק ממנה יותר תובנות.

משיחת טלפון, מיילים, כרטיס תמיכה, ועד לתקשורת של מדיה חברתית, ודאו שכל פיסת נתונים נשמרת בתוך ה CRM שלכם. איך עושים את זה?

### תחילה חישבו על שלוש השאלות הפשוטות הללו:

- איפה אני מוצא את הלקוחות הפוטנציאליים שלי?
- איפה כל הלקוחות הפוטנציאליים שלי מוצאים אותי ופונים אליי לעסקים?
- איך אני מתקשר עם הלקוחות והלקוחות הפוטנציאליים שלי, באילו ערוצים?



ברגע שיש לכם את התשובות לשאלות אלו, ודאו שמערכת ה CRM שלכם מוכנה ללכידת מידע אוטומטית מכל אחד מאותם מקורות. בקרו אצל ספק ה CRM שלכם וחקרו את האינטגרציות מול צד שלישי שלו.

עצה  
#7

## לנתח, לשפר

כמעט 60% מהנשאלים אמרו כי הסיבה העיקרית שלהם לצורך ב CRM, היתה "לקיים מסד נתונים מרכזי של לקוחות".

[סקר שנערך לאחרונה על ידי Capterra](#)



עסקים רבים עדיין משתמשים במערכת ה CRM שלהם פשוט לאחסון מידע לקוחות. אבל CRM יכול לעשות הרבה יותר מכך. תתפלאו לראות עד כמה אפשר ללמוד מנתונים עסקיים שיכולים לעזור לכם לנתח את העסק הנוכחי ולתכנן את העתיד. תכונות כמו דוחות, לוחות מחוונים, חיזוי וכו', מקלות על תכנון קל ויעיל יותר לעתיד.

## הם עוזרים עם תשובות לשאלות ספציפיות כמו:

- כמה עסקאות נוספות אני צריך לסגור כדי להשיג את המכסה שלי החודש?
- איך הצוות שלי מתפקד?
- מהן המכירות הצפויות שלי ברבעון הקרוב?
- איך העסק שלי מסתדר לעומת התקופה המקבילה אשתקד?
- מהו משך מחזור המכירות הממוצע?

## ודאו שאתם

משתמשים באופן נרחב בדוחות, בלוחות המחוונים ובמודולי החיזוי.



יוצרים דוחות מותאמים אישית שמנתחים את המדדים שאתם צריכים לדעת.



מאמצים AI. כלי CRM מתקדמים מציגים בינה מלאכותית (AI) ולמידת מכונה במערכת שלהם. על ידי מתן פרשנויות מבוססות ביצועים ופתרונות עבור הצוותים והנציגים האישיים שלכם, בינה מלאכותית יכולה לשדרג את ניתוח העסק שלכם.



עצה  
#8

## סקרו, שפצו וגלו מחדש.

אחרון חביב: עקבו אחרי מה שקורה בשוק, וודאו שמערכת ה CRM שלכם תומכת בפונקציונליות. שימו לב לעדכוני תכונות מרכזיות שמתקבלים מספק ה CRM שלכם. לא תוכלו לעמוד בציפיות הלקוחות שלכם עם מערכת CRM מיושנת. בסופו של דבר תאבדו אותם לטובת מתחרים שמתאימים את עצמם לשינויי השוק.

## זכרו את הנקודות החשובות הללו:

נסו לאמץ תכונות חדשות ב CRM שלכם. מומלץ להתנסות בערכת תכונות מצומצמת ובמקרה והניסוי ייכשל, המפתח להצלחה הוא להתאושש במהירות ולהבין מה עובד הכי טוב עבורכם.



מדי פעם, הקדישו זמן לבדיקת ההגדרות שלכם. היפטרו מדוחות או לוחות מחוונים ישנים שכבר לא עובדים עבורכם. צרו תהליכי עבודה חדשים בכל מקום שבהם יש צורך.



הפגשו עם נציגי המכירות שלכם מדי פעם כדי להבין מה הקשיים שלהם בשימוש היומיומי ב CRM. המשוב שלהם חשוב מאוד.



השתמשו ב Google Alerts עבור מילות מפתח ספציפיות ב CRM וב CRM של הספק שלכם. כך תקבלו מגוגל התראות מיידיות על כל החדשות סביב נושאים אלו.



## ודאו שאתם מנצלים את הצמיחה של תעשיית ה CRM כדי לתדלק את זו שלכם.

אל תהססו לדבר עם מומחי CRM כגון מנהלי מכירות, ספק המערכת שאתם משתמשים בשרותיו, או בעלי עסקים קטנים אחרים שמשתמשים גם הם ב CRM. דלו ממוחותיהם מידע כדי ליישם תכונות חדשות. חפשו עזרה באופן מקוון ולא מקוון.

השתתפו בדיונים בפורומים שבהם תוכלו לשאול שאלות ולפרסם תשובות. ראו אם לספק ה CRM שלכם יש אתר פורום שבו משתמשים יכולים לשאול שאלות ולעזור אחד לשני. נצלו את היתרון של סדנאות וכנסים משתמשים כדי לפגוש יותר משתמשים דומים ולשתף תובנות יקרות ערך.

אם תגדירו את מערכת ה CRM שלכם כך שתעבוד כפי שאתם פועלים, כל מערכת CRM שתבחרו תעזור לכם לספק חוויות לקוח נהדרות, אשר יעזרו לכם לייצר הכנסות גדולות יותר.

מוגש באדיבות חברת [Holistic CRM](#) נציגים רשמיים של מערכת [Zoho CRM](#) בארץ.