

ZARZĄDZANIE RELACJAMI Z KLIENTEM Z WYKORZYSTANIEM SYSTEMU CRM

ZESTAW I: BUDOWANIE BAZY KLIENTÓW

1. Pozyskuje dane klientów:

- wymienia zasady pozyskiwania i przetwarzania danych pochodzących z różnych źródeł,
- wskazuje źródła danych adekwatne do typu poszukiwanych danych o klientach,
- dobiera metody pozyskiwania danych adekwatne do typu poszukiwanych danych o klientach,
- wymienia kanały dotarcia do klienta,
- dobiera kanały dotarcia do klienta w zależności od typu klienta lub rodzaju oferowanego produktu/usługi.

2. Wprowadza i edytuje dane klientów w systemie CRM:

- wskazuje zakres danych o klientach niezbędnych do realizacji przedstawionych celów sprzedaży,
- tworzy konta klientów w systemie CRM,
- wprowadza dane klientów do systemu CRM,
- dokonuje segmentacji klientów zgodnie określonymi celami sprzedaży oraz rodzajem oferowanego produktu/usługi,
- aktualizuje i uzupełnia dane klientów.

3. Zabezpiecza dane zgodnie z obowiązującymi przepisami:

- wymienia typy danych,
- wyjaśnia zasady przetwarzania danych osobowych wynikające z obowiązujących przepisów prawa,
- omawia zasady i metody zabezpieczania danych przetwarzanych w systemie CRM.

ZESTAW 2: PROWADZENIE PROCESU OBSŁUGI KLIENTA Z WYKORZYSTANIEM SYSTEMU CRM

1. Projektuje lejki sprzedaży w systemie CRM:

- ustala w systemie CRM cele sprzedaży zgodnie z zasadą SMART,
- określa etapy sprzedaży adekwatne do typu klienta, rodzaju oferowanego produktu/usługi oraz formy sprzedaży,
- wprowadza etapy sprzedaży do systemu CRM,
- przypisuje zadania do poszczególnych etapów sprzedaży w systemie CRM,
- ustala harmonogram realizacji zadań w zależności od specyfiki klienta, rodzaju oferowanego produktu/usługi oraz formy sprzedaży.

2. Tworzy ofertę w systemie CRM:

- przygotowuje szablon oferty,

- wprowadza do szablonu dane zmienne w postaci tagów,
- generuje ofertę skierowaną do określonego odbiorcy w oparciu o rekordy bazy danych,
- wysyła wygenerowany dokument do adresata i rejestruje operację w historii zdarzeń z klientem.

3. Monitoruje przebieg procesu:

- tworzy listy zadań do wykonania w określonym przedziale czasu,
- określa priorytety dla poszczególnych zadań,
- odczytuje z systemu CRM stopień realizacji poszczególnych zadań,
- odczytuje z systemu CRM wartości szans sprzedaży na poszczególnych etapach,
- omawia odczytane wartości szans sprzedaży na poszczególnych etapach.

4. Zarządza szansą sprzedaży w systemie CRM:

- dodaje i edytuje szanse sprzedaży,
- wprowadza do systemu CRM czynności konieczne do zamknięcia etapu sprzedaży,
- przypisuje szansie sprzedaży określoną wartość i etap,
- przenosi szansę sprzedaży do kolejnych etapów,
- przypisuje szansę sprzedaży do konkretnego kontrahenta,
- oznacza szanse jako wygrane lub stracone.

5. Sporządza raporty w systemie CRM:

- dobiera dane do raportu adekwatne do zadanego zapytania,
- filtruje dane według zadanych kryteriów,
- wymienia sposoby prezentacji danych w systemie CRM,
- tworzy zestawienia i porównania danych,
- dobiera formę prezentacji danych adekwatną do celu prezentacji i zakresu danych,
- generuje raporty w systemie CRM według wskazanych kryteriów.