



## MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ (CRM) KILAVUZU

Bir müşteri ilişkileri yönetim sistemi veya CRM sistemi, şirketlerin önemli müşteri verilerini izlemek ve optimize etmek için kullandıkları, ilişkiler kurmalarına ve satışları iyileştirmelerine yardımcı olan bir araçtır. Yaygın türler, şirket içi ve bulut CRM programlarını içerir.

Satış ve müşteri hizmetleri temsilcileri tarafından sıklıkla kullanılsa da CRM sistemleri pazarlama, insan kaynakları, finans ve bilgi teknolojisi (BT) alanlarında çalışanlara da fayda sağlayabilir. Merkezileştirilmiş veriler, basitleştirilmiş analitik ve gelişmiş müşteri hizmetleri, bir CRM programı kullanmanın avantajlarından bazılarıdır.

CRM sistemleri geliştikçe, işletmelere daha fazla yardımcı olmak için yapay zekâ ve harici entegrasyon içeren yeni özellikler tanıtılıyor.

Birçok şirket, değerli verileri düzenlemeye, izlemeye ve optimize etmeye yardımcı olmak için yazılım programları kullanır. Bir müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) sistemi, müşteri etkisini en üst düzeye çıkarmayı ümit eden işletmeler için çeşitli amaçlara hizmet eder. Bu makalede, bir CRM'nin nasıl çalıştığını, CRM türlerini ve bunların kullanımlarını ve faydalarını ve ayrıca tipik olarak hangi iş fonksiyonlarının bir CRM'ye ihtiyaç duyduğunu açıklıyoruz.

### CRM'İN ANLAMINI NEDİR?

CRM, müşteri ilişkileri yönetimi anlamına gelir. Geçmişte bazı şirketler, müşterileri satış hunisinden geçirmek için sahip oldukları fiziksel sistemi veya prosedürü tanımlamak için CRM terimini kullanmış olabilir. Şimdi, CRM neredeyse yalnızca müşteri bilgilerini yöneten ve diğer ilgili görevleri gerçekleştiren yazılım veya başka bir bilgisayar tabanlı program anlamına gelir.

### CRM SİSTEMİ NASIL ÇALIŞIR?

CRM yazılımı, müşteri yaşam döngüsündeki birden çok departman ve aşamadaki ekip üyelerinin ilişkilerini en üst düzeye çıkarmalarına ve satışları iyileştirmelerine yardımcı olur. CRM sistemleri genellikle aşağıdakiler gibi bir dizi özellik içerir:

**MÜŞTERİ TAKİBİ:** CRM yazılımı, müşteri ilişkilerini geliştirmeye yardımcı olmak için adlar, telefon numaraları ve müşterinin şirketi nasıl bulunduğu gibi müşteri verilerini girmenize olanak tanır.

**BİLGİ İŞLEME:** Bu, bir müşteriyle ne zaman iletişim kurmanız gerektiğini size hatırlatarak veya müşteri etkileşimleri hakkında raporlar oluşturarak satış olasılığını artırabilir.

**GÖREV OTOMASYONU:** Bu, e-postalara otomatik yanıtlar göndermeyi, kullanıcıları toplantılar ve diğer iş akışı kolaylıkları hakkında uyarmayı içerir.

**MÜŞTERİ ADAYI YÖNETİMİ:** Ortak bir özellik, olası satışları kolayca takip etme ve satış hunisinde nerede olduklarını görme yeteneğidir.

**PAZARLAMA OTOMASYONU:** CRM yazılımınızı diğer pazarlama programlarına bağlayarak, satış hunisindeki entegre noktalarda belirli müşterileri hedeflemeyi kolaylaştırabilirsiniz.

**SATIŞ OTOMASYONU:** Çoğu CRM programı, satış takibi ve otomasyonu sunarak olası satışlardaki veya müşterilerin eylemlerindeki kalıpları hızlı ve kolay bir şekilde görmeye olanak tanır.

**ANALİZ:** Veri analizi uygulamaları, kullanıcılara müşteri etkileşimleri hakkında bilinçli kararlar vermelerine yardımcı olmak için ölçümler ve veri raporları sağlar.

**OPTİMİZASYON:** Güçlü yapay zeka (AI) sistemleri, bilgileri ayrıştırabilir ve müşteri temaslarını optimize etmek için önerilerde bulunabilir.

**MÜŞTERİ DENEYİMİ:** Çoğu CRM programı, özellikle pazarlama ve reklam yoluyla müşterileriniz için özelleştirilmiş deneyimler oluşturmanıza olanak tanır.

## CRM TÜRLERİ

Şirketiniz, şirket içi bir CRM programı veya bulut tabanlı bir program kullanabilir:

### YERİNDE CRM

CRM sistemlerini dahili sunucularda barındıran şirketler, harici depolama ve güvenliğe güvenmedikleri için genellikle üst düzey güvenlik ve veri korumasına sahiptir. Ek olarak, şirketler genellikle şirket içi CRM yazılımını yıllık abonelik ücreti ödemek yerine tamamen önceden satın alırlar. Bu yaklaşım, uzun vadeli maliyetleri yönetmede faydalıdır, ancak şirket içi yükseltmelere veya diğer teknolojik güncellemelere ihtiyaç duyulabilir.

### BULUT TABANLI CRM

Bulut tabanlı CRM programlarına sahip şirketler, CRM'lerini site dışında uzak sunucularda barındırır. Genellikle bulut tabanlı hizmetler, şirket içi bir sistemle aynı düzeyde güvenlik sunamaz. Çoğu şirket, genellikle güncellemeleri ve sistem yükseltmelerini içeren ve potansiyel olarak dahili BT kaynaklarına olan ihtiyacı azaltan bulut tabanlı bir hizmete yıllık olarak abone olur.

### KİM BİR CRM SİSTEMİNE İHTİYAÇ DUYAR?

CRM yazılımı genellikle bazı departmanlarla doğrudan uyumludur, ancak şirketinizdeki pek çok kişi aşağıdakiler dahil entegrasyondan yararlanabilir:

### PAZARLAMA

Pazarlama personeli, bir CRM sistemi kullanarak bireysel müşteriler için otomatik e-posta pazarlaması gibi hedefli pazarlama veya katılım planları yapabilir. Ayrıca, yaygın pazarlama çabalarının satış hunisi aracılığıyla müşteri ilerlemesini nasıl olumlu veya olumsuz etkilediğini değerlendirebilirler.

### SATIŞ VE MÜŞTERİ HİZMETLERİ

CRM programı, satış ve müşteri hizmetleri ekipleriniz için belki de en hayati öneme sahiptir. Bununla satış görevlileri belirli müşterileri izleyebilir, görevlerini izleyebilir ve satışları kapatma üzerindeki etkilerini en üst düzeye çıkarabilir. Müşteri hizmetleri personeli, genel satış hedeflerini iyileştirmek için herhangi bir müşteri sorununu çözebilir.

## İNSAN KAYNAKLARI

İnsan kaynakları departmanınızın birincil görevlerinden biri, personeli yönetmek ve performansı izlemektir. Şirketin CRM sistemine erişim, insan kaynakları yöneticilerine satışları, müşteri etkileşimleri ve görev teslim tarihlerine bağlılıkları dahil olmak üzere diğer departmanlardaki çalışanlar hakkında önemli bilgiler verir.

## FINANS

Finans departmanındakilere CRM yazılımına erişim sağlamak çok önemlidir. Bu departman, CRM sistemi de dahil olmak üzere maliyetleri haklı çıkarmak için yeterli fayda sağladıklarından emin olmak için şirketin yatırımlarını ve finansal uygulamalarını değerlendirir.

## IT

CRM programları karmaşık olduğundan, BT personelinizi sistemin mülkiyet ve bakım planlarına dahil etmek ve hatta yetkilendirmek yararlıdır. BT ekip üyeleri, CRM programının sorunsuz çalışmasını sağlamak için herhangi bir teknolojik veya kullanıcı sorununun hızla çözülmesine de yardımcı olabilir.

## CRM SİSTEMLERİNİN FAYDALARI

Bir CRM sisteminin işletmeniz üzerinde kalıcı etkileri olabilir. Aşağıdaki avantajlardan bazılarını göz önünde bulundurun:

**İyileştirilmiş müşteri hizmetleri:** Bir CRM programı, tüm eylemleri ve kararları müşteriye odaklar ve onları ilk sırada tutar. Müşteriler yardım istediğinde, şirketinizdeki hizmet temsilcileri, onlara daha iyi hizmet verebilmek için müşteriyle olan önceki tüm etkileşimlerine kolayca erişebilir.

**Merkezi verilerle basitleştirilmiş analitik:** Tüm müşteri verileri merkezi bir konumda olduğundan, trend bilgilerini analiz etmek ve üretmek kolaydır.

**Otomasyon potansiyeli:** Birçok CRM programı, zaman alan görevleri otomatikleştirerek çalışanlara satış odaklı veya diğer görevlere odaklanmaları için daha fazla zaman tanır.

## CRM KULLANIMLARININ EVRİMİ

Şirketler CRM yazılımı konusunda daha rahat ve bağımlı hale geldikçe, kullanım eğilimleri mevcut özellikleri etkileyebilir. İşte CRM sistemlerindeki birkaç yeni gelişme:

**Müşteri deneyimi:** Birçok şirket, müşteri deneyimine odaklanmayı artırıyor ve müşteri etkileşimlerini iyileştirmek için CRM programlarını kullanıyor.

**Yapay zeka (AI):** CRM programları, satış süreci boyunca geri bildirim ve otomasyon sağlamak için AI'ya daha fazla güvenir.

**Mobil erişim:** CRM yazılımının mobil cihazlarda kullanılmasına izin vermek, sistemin yeteneklerini ve esnekliğini artırabilir.

**Kullanıcı dostu olma:** CRM yazılımının artan karmaşıklığı göz önüne alındığında, birçok sistem tasarımcısı teknolojiyi kullanıcı dostu ve gezinmesi kolay tutmaya odaklanıyor.

**Dış entegrasyon:** Bazı şirket departmanları günlük görevlerini yönetmek için başka yazılım türlerini kullandığından, birçok CRM programı artık ürünler arasında bilgi paylaşımını kolaylaştırmak için entegrasyona izin veriyor.

**Sosyal etkileşim:** Daha fazla müşteri sosyal medya kanalları aracılığıyla şirketlerle doğrudan iletişim kurduğundan, CRM programları sosyal medya işlevselliğini dahil etmeyi tercih ediyor.

**Merkezi iletişim:** Müşterilerle iletişim kurmak için pek çok yöntem (e-posta, telefon, sosyal medya ve daha fazlası) ile birçok CRM programı, basitlik için tüm iletişimlerini tek bir kanalda merkezileştirir.