

CRM Gerçekleri

Son yıllarda CRM(Customer Relationship Management- Müşteri İlişkileri Yönetimi) kavramının popülerleşmesi ile birlikte bu konudaki tartışmalar, yazılar, binbir türlü CRM tanımları, sadece CRM e özgü Türkçe sitelerin oluşması bu konudaki Türkçe kaynakların artması CRM ile ilgili genel kültür oluşturdu.Ancak hedef kitemiz yani CRM çözümleri satmaya çalıştığımız müşterilerimizin kafalarını karıştıran bizler yani bilgi teknolojileri uzmanlarının hataları yadsınamaz.Bu hatalar,yalanlar ve doğruları aşağıda incelemeye çalışacağım.

CRM Projelerinin Başarılı Olması Üst Yönetimin Desteğini Gerekirir:

Bu yaklaşım doğrudur çünkü birincisi CRM yazılımını satın alma kararını üst yönetim verir ; ikincisi firmanın satış, pazarlama ve servis faaliyetlerinin nasıl olması gerektiğini yani CRM stratejisini yine üst yönetim belirler. Ancak üst yönetim satış,pazarlama ve servis elemanlarından bağımsız olarak bir CRM yazılımına karar verip bu yazılımı çalışanlarının kullanacağını düşünüyorsa, yanılıyordur. Çalışanlar, CRM yazılımına bilgi girmeyi bir angarya gibi görmeye başlayabilirler.Özellikle Türkiye de çalışanlar CRM yazılımını kullanmamak, bilgi girmemek için bahaneler bulabiliyorlar. Satış elemanınıza müşteri ziyaretlerini, gönderilen e-mailleri, telefon konuşmalarını, verdiği fiyat tekliflerini,satış tahminlerini CRM yazılımına kayıt etmesini istediğinizde “Onca işimi gücümü bırakıp bir de CRM e bilgi mi gireceğim ? ” yanıtını alabilirsiniz. Yöneticisi olarak onun bu tavrını hoş karşılıyorsanız CRM yazılımını çöpe atabilirsiniz. Başka bir çözüm de o satış elemanızı işten çıkarmanız olabilir! Aslında çalışanların bu direncinin mantıklı bir sebebi vardır. Eğer yaptığımız işleri CRM yazılımına tam anlamıyla kayıt ederseniz ne kadar az iş yaptığımız ortaya çıkacağından bunu da yönetimin bilmesini istemediğinizden bu doğaldır. Bu nedenlerden dolayı şirket üst yönetiminin sadece CRM yazılımı satın alınma kararında değil, uygulanması, sürekliliği ve kontrolü için CRM yazılımı kullanımının her bölümde bir alışkanlık haline gelene dek kontrol etmesi bir gerekliliktir.

Müşteri Kraldır:

Asıl kral benim! Yani CRM çözümünü tüm birimlerinde uygulayan ve CRM yazılımı satın alıp kullanan firma.Müşteri kraldır yaklaşımının olabilmesi için benim ona sunduğum ürün ve hizmet kalitesinin de öyle olması gerekir. Ben kendi satış ekibimin hangi müşteriyle ne zaman konuştuğunu, hangi teklifleri verdiğini, rakip firmaların benim karşımdaki durumunu takip edemez isem, geleceğe yönelik planlama yapamam ve stratejileri oluşturamam demektir. Yine servis verdiğim müşterilerde servis verdiğim ürünlerle ilgili olarak ne zaman hangi problem çıkmış, nasıl çözülmüş, çözüm süresi müşterimin işleyişini durduracak kritik bir duruma neden olmuş mu,bir daha aynı problemin yaşanmaması için neler yapılmış göremiyor, servis elemanımı, ürünümü ve ürünü kullanan müşteriyi değerlendiremiyor isem, müşteriye iyi hizmet sunmam mümkün değildir. Satış veya servis hizmetini ölçemeyen,değerlendiremeyen ve raporlayamayan bir firmanın müşterisini memnun edebilmesi ve kral konumuna yerleştirmesi ve müşteriyle uzun süreli ilişki kurarak yeni ürün veya servis satabilmesi mümkün değildir.

CRM Danışmanları ve Sunumları :

Ünlü, güzel bir otelde CRM yazılımı temsilcisi firma bir etkinlik düzenleyebilir siz de bu etkinliğe katılıp gün sonunda anlamsız bir gülümsemeyle bizim firma için CRM şart gibi bir hisse kapılabilirsiniz. Lütfen dikkatli olun!Muhasebe ya da ERP programının içerisinde müşteri kartına, müşterinizin doğum gününü kayıt edildiği bir alan eklersiniz ve müşterinizin doğum günü geldiğinde program sizi uyarır ve bu sayede müşteriye mail gönderirsiniz ve satışlarınız artar şeklinde CRM anlatımlara karşı ihtiyatlı olmanız gerekebilir. Farkında olmadan,kullandığınız muhasebe ya da ERP yazılıma eklenen iki alandan dolayı binlerce dolar lisans parası ödersiniz ve yine “Biz de CRM yapıyoruz” diye başka firmalara anlamsız bir mutlulukla cümleler kurabilirsiniz.

Bazı CRM danışmanlarının çiçek ve böceklerle ve ilginç resimlerle süslü sunumlarında, kendi yemek yediği yerlerdeki garsonların tutumundan, mahalle bakkalından ekmek alan Ahmet efendi nin evde yoğurdunun da bitmiş olduğunu tahmin eden bakkalının, nasıl CRM yapıp yoğurt da satabildiğini anlatarak sizin kafanızı akıllıca verdikleri sandıkları örneklerle karıştırıp konudan uzaklaştırabilirler. Hatta eğer bu sunuma üst yönetimden birisi katıldıysa onu bile ikna edebilirler. Bu konuda son derece dikkatli olmalısınız, firmanızın ihtiyacının ne olduğunu bu ihtiyaca karşılık gelen çözümün nasıl olması gerektiğini üst yönetiminize doğru ve anlaşılır biçimde aktarmalısınız. Aksi takdirde istemediğiniz bir CRM yazılımı istemediğiniz bir firmadan satın almış olabilirsiniz.

CRM Çözümü ve Yazılımı sağlayan firmaların danışmanlarına, ürünlerinin ulusal ve uluslararası daha önceden hangi firmalarda nasıl şekilde kullanıldıklarını ve hangi CRM ihtiyacına karşılık geldiğini mutlaka öğrenmelisiniz. CRM çözümüne karar vermeden önce CRM çözümünü ve yazılımını size uygulayacak kişilerin yetkinliklerini de bilmeniz gerekir.

CRM sunumlarında genellikle CRM yazılımının esnek,kolayca geliştirilebilir, adapte edilebilirliğinden bahsedilir. Her firmanın iş yapış şekli farklı olabilir ve o firmaya özgü olarak CRM yazılımında ek geliştirmeler yapmak gerekebilir. CRM kararı verip uygulamaya başlandığında, gerçek yaşamın hiç de sunumlarda söylendiği gibi olmadığını fark ettiğinizde bunun

için çok geç olabilir. Bu sebeple sadece sunumlara göre ürün değerlendirmesi yapmamalı, satın alacağınız ürünün esnekliği ve kolay adapte edilebilirliğini mutlaka test etmelisiniz.

CRM Bir Ürün Değil Felsefedir :

CRM bir felsefedir yaklaşımı CRM satın almayı düşünen firmalar için fantezi olarak algılanabilir. Bana felsefe değil satış gerek diyerek bu işin içinden sıyrılabilirsiniz. Ancak CRM bir felsefedir yaklaşımı kesinlikle doğru bir yaklaşımdır. Hangi CRM yazılımını satın almış olursanız olun sattığımız veya hizmet verdiği ürün ya da hizmetinizle ilgili bir satış, pazarlama ve servis anlayışınız yoksa, bir gün öyle bir gün böyle davranma eğiliminiz varsa, CRM yazılımını bazen kullanıp bazen kullanmıyorsanız CRM uygulamasında başarılı olma şansınız yoktur. Firmalar şunu bilmelidirler : CRM yazılımı CRM gerçekleştirmeniz için bir araçtır. O aracı nasıl kullanacağınız tamamen size kalmıştır. Eğer CRM yazılımına karar vermeden önce bir çalışma anlayışınız yoksa ve bu belli kurallara, prosedürlere bağlanmamışsa CRM yazılımı almanıza ve paranızı boşa harcamanıza gerek yoktur.

Ben işimi CRM yazılımına entegre mi edeceğim, yoksa yazılım mı benim işime göre düzenlenecek ? Bu soru önemlidir. Üst yönetim, CRM kullanacak birimler ve Bilgi Teknoloji uzmanlarının birlikte karar vermesi gerekir. Kendi iş yapış biçiminizi ve kurallarınızı belirliyse geriye sadece bu iş yapış biçiminizi uygun CRM çözümünü entegre etmek kalır.

Sonuç :

CRM bir felsefedir . CRM Yazılımı ise CRM felsefesini uygulamamız için bir araçtır. CRM uygulaması satın almadan önce yaptığınız iş ile ilgili olarak satış,pazarlama ve servis hizmetlerinizin nasıl çalışması gerektiğini ve onlardan neler beklediğinize dair bir anlayışınız, prosedürünüz ve yazılı kurallarınız olmalıdır.

CRM çözümü ve yazılımı sayesinde firmalar yaptığı işi; satış , servis ve destek hizmetlerini birbirine entegre,kontrol edilebilir,izlenebilir standart ve raporlanabilir bir hale getirebilirler.CRM çözümünü uygulayarak öncelikli olarak yaptıkları işi doğru yapıp yapmadıklarını, elemanlarının ve birimlerinin doğru çalışıp çalışmadığını anlayabilirler.

Bu sayede aksayan bölüm,birim ya da kişileri belirleyerek, aksamaması için tedbir alabilir, müşterilere verdikleri ürün ve hizmeti daha iyi hale getirebilirler.

CRM , müşterilerime verdiğim ürün ve hizmet kalitesini arttırıp uzun süreli,verimli ilişkiler kurarak var olan müşterilerimi korumayı, yeni müşteriler bulmayı ve şirket karlılığımı arttırmamı sağlayacaktır.