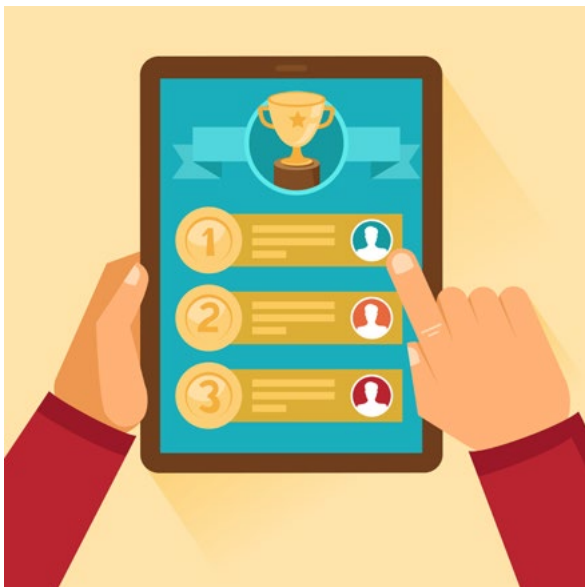


گیمیفیکیشن در مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) - قسمت سوم

تا به حال این موقعیت برایتان پیش آمده که بعد از تماس با مشتری به خودتان بگویید: «ای کاش قبل از این که شماره او را بگیرم، نگاهی به سوابق CRM می‌انداختم و اطلاعات بیشتری در موردش به دست می‌آوردم»؟

اطلاعاتی مانند جایگاه سازمانی مشتری، محصولاتی که قبلاً خریداری کرده، سوابق تماس‌های قبلی با شرکت و... همگی در نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتریان ثبت شده است. اگر فروشندگان ۵ دقیقه قبل از تماس با هر مشتری، پرونده او را در CRM مطالعه کنند، اطلاعات ارزشمندی به دست می‌آورند که می‌تواند کیفیت تماس را به طور چشم‌گیری افزایش دهد.

بازی چقدر مشتری‌تان را می‌شناسید، یکی از تکنیک‌های جذاب گیمیفیکیشن است که در نرم‌افزارهای جدید مدیریت ارتباط با مشتری، به کار گرفته می‌شود. نحوه انجام بازی به این شکل است که سیستم قبل از تماس اپراتور با مشتری، ده سوال از او درباره آن مشتری می‌پرسد و به هر پاسخ درست، یک امتیاز مثبت می‌دهد. این نحوه کسب امتیاز به سازمان کمک می‌کند که کیفیت ارتباط تلفنی اپراتورها با مشتریان را بالاتر ببرد.



یکی دیگر از ابزارهای گیمیفیکیشن، تعیین اهداف ماهیانه فروش یا سایر شاخص‌های عملکرد، توسط مدیر فروش برای هر کدام از کارکنان است. با هر فاکتوری که فروشنده صادر می‌کند، اثر آن را بر روی نمایش گرافیکی میزان دستیابی به اهداف ماهانه‌اش می‌بیند. این گزارش به صورت نمودار یا میزان لبخند شکلکی که برای این کار در نظر گرفته شده، نمایش داده می‌شود.

برای اجرای گیمیفیکیشن در کسب و کارتان، نیازی نیست که حتماً نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری داشته باشید و این امکانات بر روی CRM موجود باشد. کافی است کمی فکر کنید و راه‌هایی را بیابید که به شما کمک کنند تا این ایده‌ها را در محیط کارتان و بین کارکنان واحد فروش اجرا نمایید. در قسمت بعد، به بررسی گیمیفیکیشن در ارتباط با مشتریان می‌پردازیم و یک نمونه موفق ایرانی را معرفی می‌کنیم.

نوشته: مجید برقی

کانال تلگرام: <https://telegram.me/DrCRM>



لینک مطلب: <http://DrCRM.ir/fa/?p=12876>