

## Z programem CRM łatwiej zadbać o klienta

**Stworzenie solidnej więzi z klientem i zwiększenie jego lojalności wobec firmy to zadanie trudne, ale na dłuższą metę bardzo opłacalne.**

Nawet najbardziej atrakcyjna oferta zwykle nie oznacza sukcesu, jeśli nie jest poparta odpowiednimi działaniami. Jakość obsługi, późniejsza opieka i umiejętność uwzględnienia indywidualnych potrzeb klienta to czynniki decydujące o tym, czy zechce on ponownie skorzystać z usług firmy. Ma to szczególne znaczenie teraz, gdy o nowych klientów coraz trudniej. Warto więc zadbać o trwały i bezpośredni kontakt z tymi, których już udało się pozyskać. W końcu we wszelkiego rodzaju sklepach czy punktach usługowych to właśnie klienci są najważniejsi. Inwestycja w polepszenie relacji z nimi może się szybko zwrócić.

Wbrew pozorom wcale nie jest to drogie, bo koszty są bez porównania mniejsze niż reklama (której skuteczność bywa różna), a po drugie – można skorzystać z pomocy, jaką oferują systemy CRM (Custo-

mer Relationship Management) wspomagające zarządzanie relacjami z klientem.

Programy CRM przestały już kojarzyć się wyłącznie z dużymi przedsiębiorstwami. Niska cena (dobry system CRM można kupić już za kilkaset złotych), prosta instalacja i łatwość obsługi sprawiają, że obecnie aplikacje tego typu stają się standardem również w małych i średnich firmach.

Zadaniem programu typu CRM jest kompleksowe wspomaganie działań związanych z obsługą klienta – przed transakcją, w trakcie oraz po jej zakończeniu. System ułatwia gromadzenie danych o kontrahentach, tworząc historię kontaktów i transakcji z każdym z nich. Umożliwia szybkie dotarcie do żądanych informacji, na podstawie których można sprawnie prowadzić akcje marketingowe, czy informacyjne skierowane do wybranej grupy docelowej.

System CRM powinien być wyposażony w przejrzysty kalendarz, w którym zapisana jest lista czynności do wykonania.

To ważne, jeśli np. podczas rozmowy z klientem chcemy szybko sprawdzić najbliższy wolny termin, żeby umówić się na spotkanie lub określić czas, w jakim możliwe będzie wykonanie usługi. Dobre CRM-y oferują również możliwość tworzenia wielu różnych zestawień, raportów i analiz, aby ułatwić menedżerom ocenę skuteczności działań i podejmowanie kolejnych decyzji.

Jeden z najnowszych na rynku systemów CRM – Gestor GT firmy InsERT. Ma wszystkie wymienione funkcje. Dodatkowo wyposażony jest w rozbudowany moduł poczty elektronicznej, który umożliwia nie tylko wysyłanie i odbieranie e-maili bezpośrednio z systemu, ale również m.in. automatyczne przypisywanie wiadomości do odpowiednich klientów (rozpoznawanie klienta po adresie e-mail), zbiorczą wysyłkę (mailingi) i przygotowywanie e-maili na podstawie szablonów i pól autotekstu.

Program ten jest zintegrowany z systemem sprzedaży Subiekt GT.