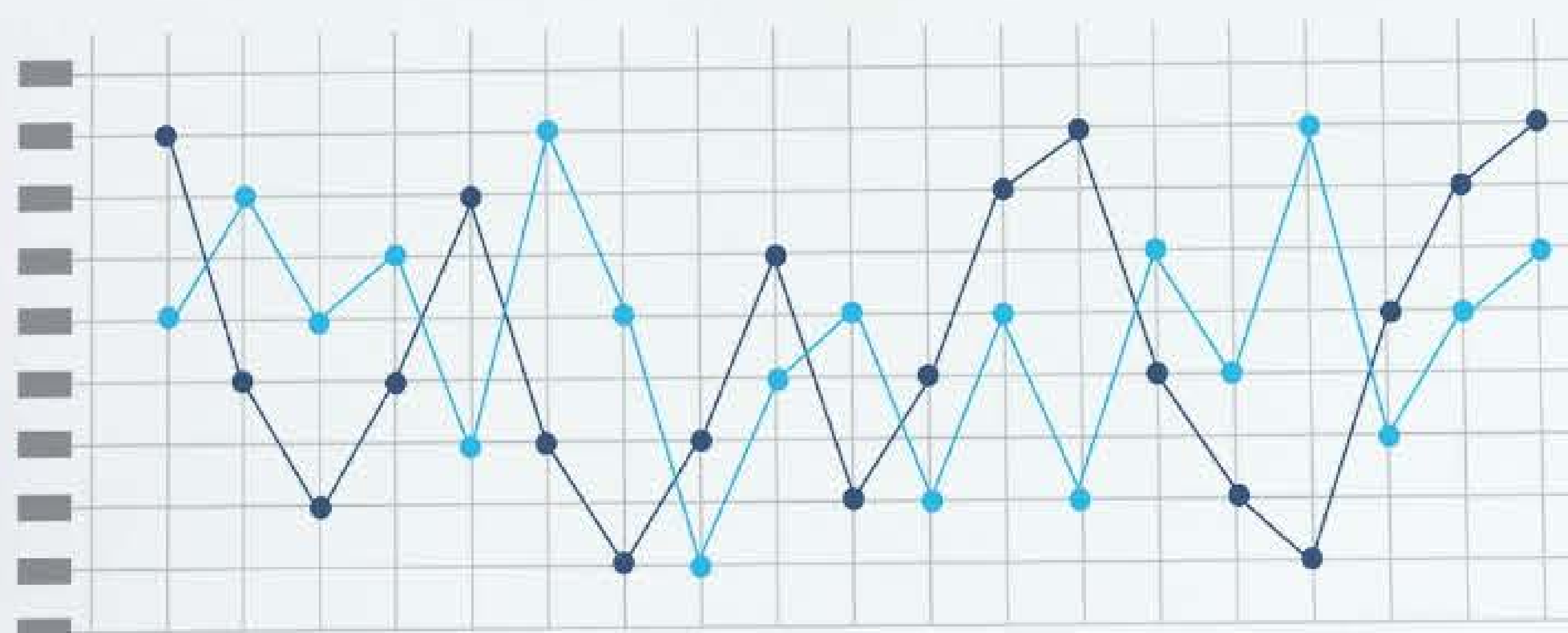
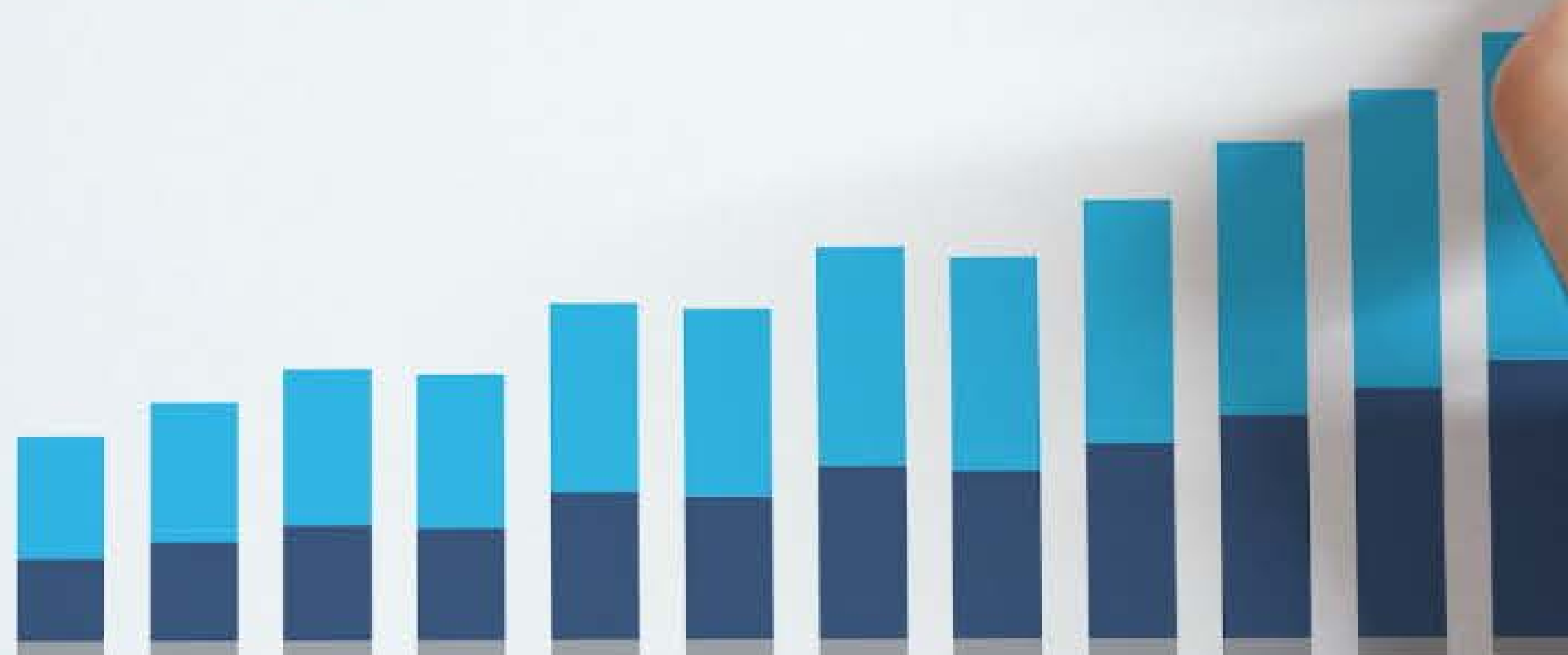




CRM



แนะนำ CRM สำหรับผู้เริ่มต้น

by Cipher Co., Ltd.

“การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า”
อาจเป็นเรื่องที่ฟังดูยากสำหรับองค์กรธุรกิจ
ขนาดเล็กจนถึงขนาดกลาง เพราะถ้าบริษัท
คุณมีลูกค้าไม่เยอะมาก คุณคงไม่อยากจะ
สร้างระบบหรือวิธีการต่างๆ เพื่อคอยเฝ้าดู
ติดตามลูกค้าของคุณมากเท่าไร ซึ่งแค่ทำ
Spreadsheets หรือวิธีการจัดการแบบง่ายๆ
ทั่วไปก็น่าจะเพียงพอแล้ว



CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

CRM

แต่ถ้าหากวันใดวันหนึ่งธุรกิจนั้นเริ่มบูมขึ้นมาล่ะ ซึ่งในบางกรณีองค์กรนั้นอาจจะต้องใช้ระบบการบริหารจัดการติดต่อกับลูกค้าที่มีระเบียบและประสิทธิภาพมากกว่าการใช้เพียงแค่ Spreadsheets จำนวนมากมาย แต่การที่จะจัดการย้ายข้อมูลไปใช้ระบบใหม่นั้นอาจเป็นเรื่องที่ลำบากมากหากมีข้อมูลเก่าๆ ที่ไม่ได้จัดการมานานหลายเดือนหรือหลายปี

ดังนั้นหลักการของ CRM นั้นจึงมีประโยชน์มากกับธุรกิจทุกๆ ขนาด ไม่ใช่แค่เฉพาะกับบริษัทขนาดใหญ่เท่านั้น ถึงตรงนี้คุณยังไม่ต้องเชื่อเราก็ได้ แต่คุณเคยทราบไหมว่า 75% ของ Sales Managers ได้กล่าวไว้ว่าการใช้ CRM สามารถช่วยเพิ่มยอดขายได้ หรือระบบ CRM ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ถึง 27%

จะให้แค่เรื่องตัวเลขกันคงเข้าใจยาก



CRM คืออะไร?

เรามาเริ่มตั้งแต่ต้นกัน



CRM ย่อมาจาก Customer Relationship Management คือ การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้านอกจากนี้ยังหมายถึงซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อสำหรับการติดตามหรือการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและลูกค้า ซึ่งรวมทั้งลูกค้ารายปัจจุบันและลูกค้ารายใหม่

ซึ่งเป้าหมายของการใช้ CRM ก็คือการสร้างระบบที่จะทำให้ฝ่ายการขายและฝ่ายการตลาดของบริษัทนั้นสามารถนำมาใช้เพื่อเพิ่มและพัฒนาศักยภาพอีกทั้งยังสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเป้าหมายหรือลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



นอกจากนี้ทีมการตลาดมักจะใช้ CRM เพื่อทำให้มั่นใจว่าได้ส่งข้อมูลรายชื่อกลุ่มเป้าหมาย หรือLeadsที่เหมาะสมให้กับทีมขาย ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างทีมการตลาดกับทีมขาย

สำหรับในส่วนของพนักงานขายนั้นจะใช้ประโยชน์จากCRM ในอีกรูปแบบหนึ่ง มักจะนำมาใช้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและการติดตามปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการที่จัดเก็บประวัติหรือรายละเอียดทั้งหมดไว้ในที่เดียวกันนั้นสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพบุคลากรและผลิตผลการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยกตัวอย่างเช่น พนักงานขายที่ใช้ CRM นั้นไม่ต้องมานั่งพยายามหาหรือจดจำบทสนทนากับลูกค้าต่างๆ ในอีเมล

บริษัทแบบไหนที่ควรใช้ CRM

หากจะตอบแบบสั้นๆ ก็คือบริษัทไหนก็ได้ที่ต้องการรักษาปฏิสัมพันธ์หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งสามารถนำระบบ CRM มาใช้ประโยชน์ได้หมดแต่ถ้าจะเจาะลงให้แคบลงมาก็จะมีบริษัทอยู่ 2 ประเภทที่ค่อนข้างจะได้รับประโยชน์สูงสุดจาก CRM:

- บริษัทแบบ B2B ที่ต้องติดตาม Leads และลูกค้าตลอดรอบการขายระยะยาว และติดตามผ่านทางเส้นทางออฟไลน์(เช่น บริษัทซอฟต์แวร์ บริษัทจัดหางาน)
- บริษัทแบบ B2C ที่ขายสินค้าที่ต้องมีการตัดสินใจก่อนซื้อ(เช่นร้านขายพลอย บริการรับจัดงานหรือนายหน้าหลักทรัพย์)

อย่างไรก็ตามยังมีอีกหลายบริษัทที่แม้ไม่ได้มีความสอดคล้องกันกับธุรกิจ 2 ประเภทข้างต้นที่ได้กล่าวมาแต่ก็ยังสามารถหาคุณค่าประโยชน์จากการใช้ระบบ CRM ได้ ซึ่งยังมีอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้เข้าใจได้ว่าระบบ CRM นั้นมีส่วนช่วยในกิจการของคุณได้หรือไม่ก็คือการลองใช้ระบบ CRM เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้:

- คุณต้องการที่จะเก็บรักษาข้อมูล Leads และลูกค้าของคุณไว้ที่ส่วนกลางหรือไม่? แล้วข้อมูลที่ว่านี้ต่างก็อยู่กับคนละที่ใช่หรือไม่?
- ลูกค้าของคุณติดต่อประสานงานกับคนในทีมของคุณหลายคนหรือไม่? แล้วทุกคนมีวิธีติดตามความคืบหน้าในการสนทนากับลูกค้าแต่ละคนอย่างไร?
- คุณอยากที่จะเข้าใจถึงประสิทธิภาพการทำงานของทีมขายของคุณหรือไม่? แล้วทีมขายของคุณได้ทำตามโครงสร้างกระบวนการหรือไม่?

หากคุณตอบว่า “ใช่” กับคำถามใดก็ตามที่กล่าวมาข้างต้นนั้นมีโอกาสที่ระบบ CRM จะมีประโยชน์ต่อธุรกิจของคุณ



4 ประโยชน์หลักของ CRM

มีหลายสิ่งหลายอย่างมากที่ CRM จะทำให้นักการตลาด นักการขาย หรือแม้แต่เจ้าของกิจการ จะต้องรู้สึกร้องว้าว! และนี่คือวิธีการที่ CRM จะสามารถช่วยให้บริษัทของคุณมีการตลาดและการขายที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น...

1. Lead Intelligence นำสู่การตลาดและการขายที่ดีขึ้น

จะดีกว่าไหมถ้าคุณรู้ว่ามียูสาค้าคนใดคนหนึ่งกำลังเปิดดูเว็บไซต์ของคุณอยู่? เพราะการนำ CRM มาใช้ประโยชน์จะช่วยให้คุณรู้ว่ามีลูกค้าเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของคุณกี่ครั้ง หรือรู้ได้ว่าลูกค้ารายนั้นเคยคุยกับคนในทีมขายของคุณมาก่อน

เมื่อพนักงานขายทำงานภายใน CRM ที่ทำงานร่วมกับซอฟต์แวร์ทางการตลาดของบริษัท พวกเขาจะสามารถเข้าถึงข้อมูลรายละเอียดของLead Intelligence ทุกอย่างแบบทันทีได้จากที่เดียว

ซึ่งนอกจาก Lead Intelligence นั้นจะเป็นประโยชน์ต่อการขายแล้วก็ยังเป็นประโยชน์ต่อการตลาดอีกด้วย เพราะ CRM จะช่วยให้คุณรู้ได้ว่าLeads รายใดที่จะเปลี่ยนสถานะมาเป็นลูกค้าของคุณ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณสามารถเห็นว่าอะไรคือสิ่งที่นำLeads มายังเว็บไซต์ของคุณและหน้าเว็บไซต์ไหนที่พวกเขาดูก่อนที่จะกลายมาเป็นลูกค้า

และหลังจากที่นักการตลาดทำงานในแพลตฟอร์มการตลาดที่รวมเข้ากับ CRM แล้วพวกเขาก็จะสามารถค้นพบเองได้ว่าวิธีการไหนจะมีประสิทธิผลดีมากที่สุด

2. การทำงานร่วมกันระหว่างทีมขายและทีมการตลาด (SMarketing) ที่ดีขึ้น

ทั้งทีมการขายและทีมการตลาดต่างก็มีเป้าหมายที่ต้องทำให้สำเร็จในแต่ละเดือน และเมื่อแต่ละทีมสามารถดูเกณฑ์วัดเป้าหมายของอีกทีมได้ ทั้งสองทีมก็จะสามารถประเมินความก้าวหน้าของแต่ละทีมพร้อมกับช่วยระบุและแก้ไขปัญหาก็พบได้ตั้งแต่ช่วงต้นเดือน

อีกทั้งการรายงานแบบเรียลไทม์ยังช่วยให้ทั้งสองทีมสามารถรับผิดชอบต่อเป้าหมายของแต่ละคนได้ และยังสามารถช่วยกันทำงานร่วมกันเพื่อแบ่งปันผลข้อมูลของกันและกัน (นอกจากนั้นแล้วยังนำCRMs มาใช้กับลูกค้าด้วยเช่นกันไม่ใช่แค่เพียงกับ Leads ดังนั้นการบริการลูกค้าและเมตริกจึงสามารถนำมาทำเป็นเอกสารประกอบให้กับ Account Managers เพื่อใช้สำหรับการอ้างอิงได้อีกด้วย)

3. ช่วยลำดับความสำคัญของSales Pipeline

นอกจาก CRM จะช่วยให้มองเห็นภาพของ Sales Pipeline ได้ชัดเจนแล้ว ก็ยังช่วยให้พนักงานขายสามารถจัดลำดับความสำคัญได้ว่าจะต้องติดต่อใครก่อนเพื่อไม่ให้พลาดโอกาสที่สำคัญ เมื่อทีมการขายและทีมการตลาดเข้าสู่ CRM แล้ว ทั้งสองทีมก็จะสามารถระบุเกณฑ์ที่สำคัญ หรือแม้แต่แนะนำระบบการให้คะแนน Leadsมาใช้ได้ด้วย ระบบการจัดการเช่นนี้ช่วยลดระยะเวลาที่ต้องใช้ในการไล่ดู Leadsและทำให้พนักงานขายสามารถเลือกให้ความสำคัญกับโอกาสที่ดีที่สุดได้

4. การรายงานแบบ Closed-Loop ช่วยให้นักการตลาดสามารถปรับปรุงแคมเปญได้

เมื่อคุณผสานซอฟต์แวร์การตลาดร่วมกับ CRM แล้ว ทีมการตลาดจะสามารถวิเคราะห์ประสิทธิภาพของแคมเปญได้โดยใช้การรายงานแบบ Closed-Loop ยกตัวอย่างเช่น เมื่อพนักงานขายสามารถเปลี่ยน Lead กลายมาเป็นลูกค้าหรือ Paying Customer ได้ พนักงานขายก็จะใส่สัญลักษณ์เอาไว้ใน CRM แล้วซอฟต์แวร์การตลาดก็จะบันทึกสัญลักษณ์ดังกล่าวโดยอัตโนมัติ

วิธีนี้จะช่วยให้ทีมการตลาดสามารถทำสองสิ่งที่สำคัญได้ สิ่งแรกคือ ทีมการตลาดสามารถย้ายข้อมูล Lead ออกจากกระบวนการรักษาความสนใจ (Nurturing Sequence) ได้อัตโนมัติและส่งข้อมูลที่มุ่งเน้นลูกค้าแทน สิ่งที่สองคือ ทีมการตลาดจะสามารถระบุได้ว่าลูกค้ารายใหม่มาจากแคมเปญหรือช่องทางใด ดังนั้นการทำแผนการกิจกรรมทางการตลาดสู่กิจกรรมการขายจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำการตลาดเพื่อปรับปรุงแคมเปญในอนาคตได้

9 คุณสมบัติที่ CRM ต้องมี

สิ่งที่สำคัญที่สุดของระบบ CRM คือประโยชน์กับผู้ใช้ขั้นสุดท้าย หรือ End Users เช่น พนักงานขาย ผู้จัดการฝ่ายการตลาด นักการตลาด และผู้นำด้านธุรกิจ ระบบ CRM นั้น มีฟังก์ชันมากมายหลายอย่างมาก แต่ 9 คุณสมบัติต่อไปนี้ถือเป็นคุณสมบัติที่จำเป็น สำหรับธุรกิจใดก็ตามที่มีเป้าหมายในการจัดการระบบและพัฒนาประสิทธิภาพของธุรกิจ

1



1. Contact Management (การจัดการข้อมูลลูกค้า)

คุณจะไม่พบ CRM ที่ไม่สามารถจัดการข้อมูลของลูกค้าได้แน่นอน นั่นเป็นเพราะว่าระบบ CRM ทุกระบบจะต้องให้พนักงานขายสามารถสร้างบันทึกการติดต่อ และจัดเก็บข้อมูลของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าไว้ในฐานข้อมูลได้อย่างไร้ที่ติตาม ระบบที่ดีที่สามารถช่วยในการพัฒนาประสิทธิภาพธุรกิจมักจะพยายามลดความจำเป็นในการกรอกข้อมูลติดต่อ และทำให้กระบวนการบันทึกข้อมูลของลูกค้าเรียบง่ายมากที่สุด

ให้พิจารณาคุณสมบัตินี้โดยคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานเป็นหลัก

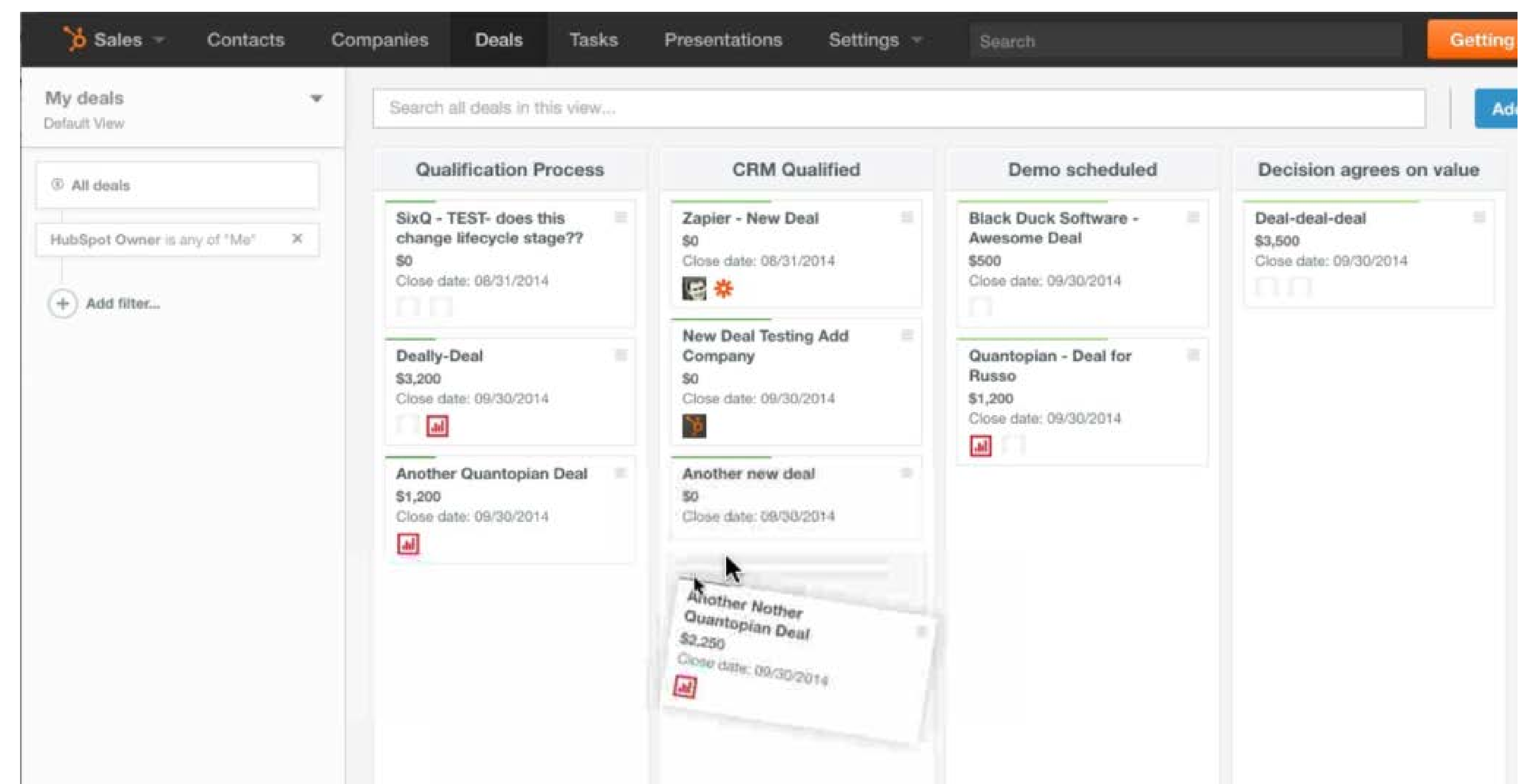
2. Deal Stages (ลำดับขั้นของข้อเสนอ)

ระบบ CRM ส่วนใหญ่สามารถปรับแต่งเพื่อการใช้งานในกระบวนการขายที่เฉพาะเจาะจงได้ ไม่ว่าบริษัทของคุณจะมี deal stage 3 ขั้นหรือ 15 ขั้น คุณก็ควรจะสามารถกำหนดลำดับขั้นเหล่านี้ลงไปในช่วงฟัต์เวิร์และแบบคำที่เกี่ยวข้องได้

นอกจากนี้แล้ว การย้าย Deal ไปยังขั้นอื่นในกระบวนการขายควรเป็นเรื่องง่ายด้วย สำหรับ HubSpot CRM นั้นทำได้ง่ายตายเพียงแค่ลากและก็วางข้อเสนอที่ต้องการย้าย:

ตรวจสอบให้แน่ใจว่าระบบที่คุณต้องการใช้สามารถทำการปรับแต่งตามความต้องการของคุณได้อย่างสะดวกง่ายตาย

2

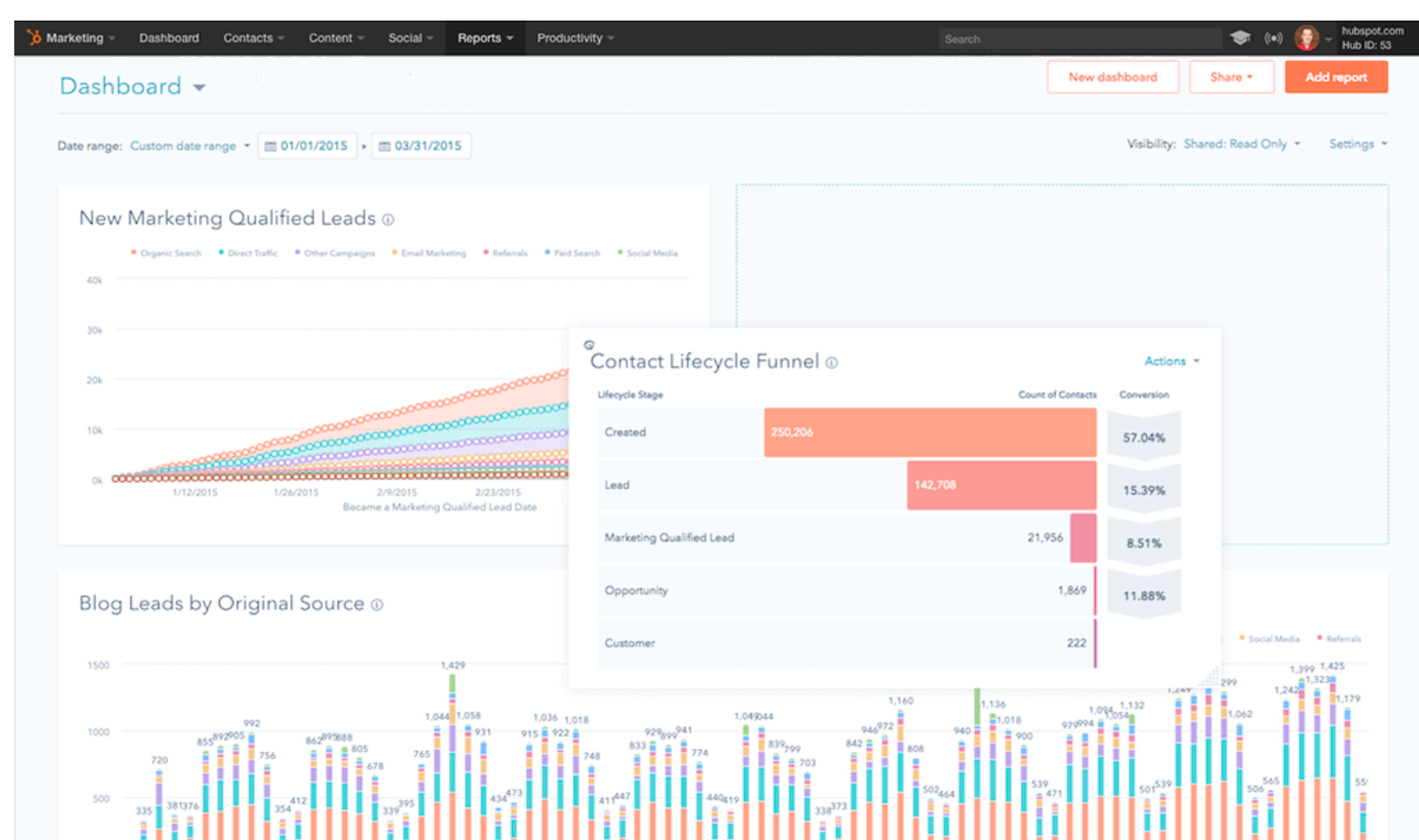


3

3. Daily Dashboard (แดชบอร์ดรายวัน)

พนักงานขายจะต้องเข้าถึงเกณฑ์ชีวิตข้อมูลที่จำเป็นได้ในแต่ละวัน ไม่ว่าจะเป็นความคืบหน้าในการทำโควตา ณ ตอนนั้น จำนวนข้อเสนอใน Pipeline ในแต่ละขั้น และงานไหนที่มีความสำคัญที่จะต้องทำให้เสร็จ และในขณะเดียวกันผู้จัดการฝ่ายขายกับผู้นำจะต้องสามารถดูหมวดหมู่ข้อมูลเหล่านี้ของทีมการขายแบบภาพรวมได้ด้วย

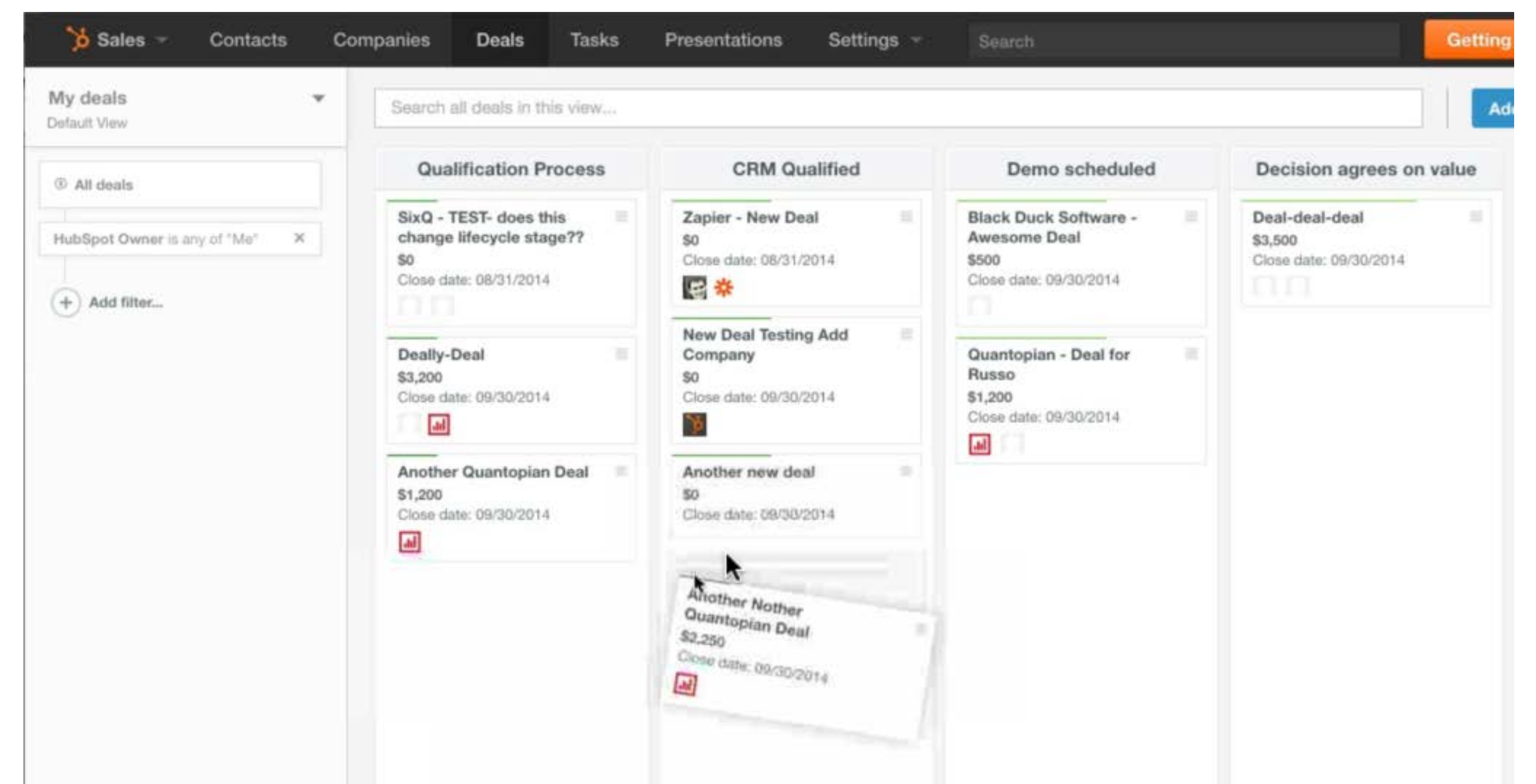
ประเมินฟังก์ชันนี้ตามลักษณะที่น่าสนใจและความเรียบง่าย



4. Task Management (การจัดการงาน)

พนักงานขายที่ต้องทำงานกับหลายระบบโดยการสลับไปมาเพื่อให้งานประจำวันจบๆ ไปนั้นคงเป็นพนักงานที่ไม่น่าจะมีความสุขชะเลย (แม้ว่าจะเป็นเรื่องปกติก็เถอะ) แต่ระบบ CRM ที่มีความสามารถในการจัดการงานจะช่วยให้กระแสนงานประจำวันของพนักงานขายมีความคล่องตัวยิ่งขึ้น ช่วยให้พวกเขาสามารถติดตามผลได้ดีขึ้นไปด้วย

4



5

5. Content Repository (พื้นที่การเก็บเนื้อหาข้อมูล)

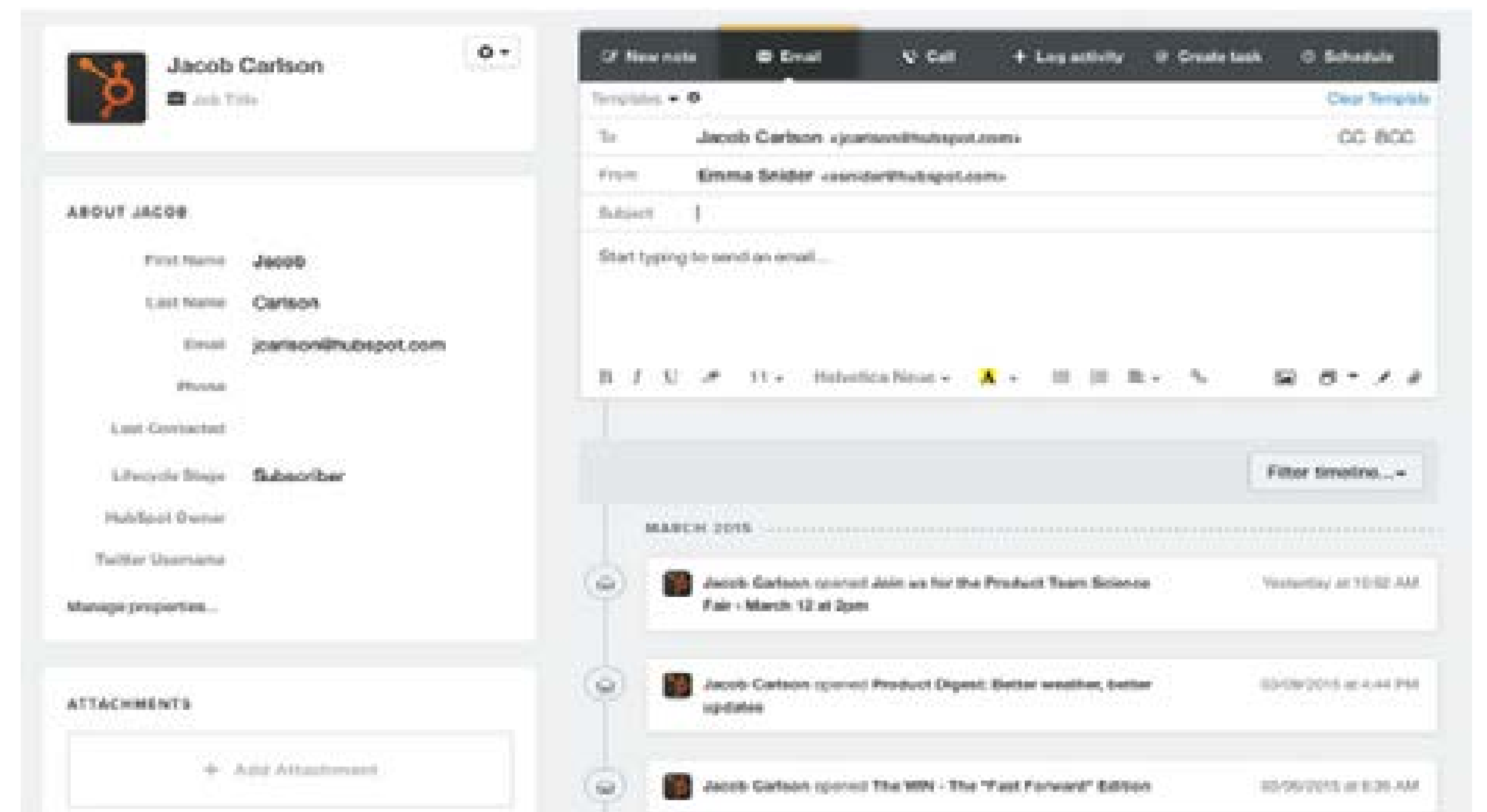
จากการศึกษาเรื่อง State of the Sales of Productivity 2015 โดย Docurated พบว่าพนักงานขายต้องเสียเวลาในการทำงานมากถึง 31% กับการพยายามค้นหาหรือสร้างเนื้อหาขึ้นมา แต่ระบบ CRM ที่มีพื้นที่การเก็บเนื้อหาข้อมูลในตัวสามารถช่วยลดเวลาที่เสียไปเหล่านั้นได้ ให้คุณมองหาระบบที่ทำให้พนักงานขายสามารถเก็บเนื้อหาข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้มาไว้ในที่เดียวกันเพื่อความสะดวก นอกจากการค้นหาข้อมูลแล้ว การเขียนอีเมลเนื้อหาแบบเดิมๆ ก็อาจกินเวลาของพนักงานขายที่ย่งอยู่แล้วไปอีก ลองมองหาระบบที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเก็บแม่แบบอีเมลที่กำหนดเองได้เพื่อช่วยให้พนักงานขายไม่ต้องทำอะไรซ้ำๆ ที่ไม่จำเป็นเมื่อต้องขยายธุรกิจทุกครั้ง

6. Automated Data Capture (การจับข้อมูลอัตโนมัติ)

นี่คืออีกหนึ่งในเหตุผลหลักที่หลายบริษัทตัดสินใจหันมาเลือกใช้ CRM เพราะระบบนี้สามารถช่วยในการจัดเก็บข้อมูลการติดตามลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี (เช่น อีเมล การโทร ฯลฯ) แต่มีข้อควรระวังคือ ยังมีแอปพลิเคชัน CRM จำนวนมากที่จำเป็นต้องให้พนักงานขายก๊อปปี้และวางข้อมูลอีเมลเข้าไปในระบบ หรือแม้แต่ให้อัปโหลดการบันทึกการโทรด้วย

ซึ่งขั้นตอนที่ว่ามานี้อาจทำให้พนักงานขายที่มีการโทรกว่า 50 หรือ 100 ครั้งต่อวัน รู้สึกรำคาญและอาจจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดของคนหรือที่เรียกว่า Human Error ขึ้นมาได้ เพราะฉะนั้นควรมองหาซอฟต์แวร์ที่สามารถจัดการกับขั้นตอนนี้ได้โดยอัตโนมัติ อย่างเช่น HubSpot CRM ที่จะช่วยบันทึกการโทรและอีเมลที่ส่งโดยอัตโนมัติ อีกทั้งยังช่วยโพสต์ข้อมูลเหล่านั้นในมุมมองแบบไทม์ไลน์ลงในหน้าข้อมูลของลูกค้าหรือผู้ติดต่อได้อีกด้วย:

6



7

7. Reporting (การรายงาน)

ระบบ CRM ที่ดีจะต้องให้ข้อมูลเชิงลึกที่ดีด้วย ตรวจสอบให้แน่ใจว่าระบบ CRM ของคุณมีคุณสมบัติในการทำรายงานที่ช่วยให้การส่งออกและกระจายข้อมูลเทรนด์ที่ได้จากระบบเป็นเรื่องง่าย

8. Mobile (รองรับโทรศัพท์มือถือ)

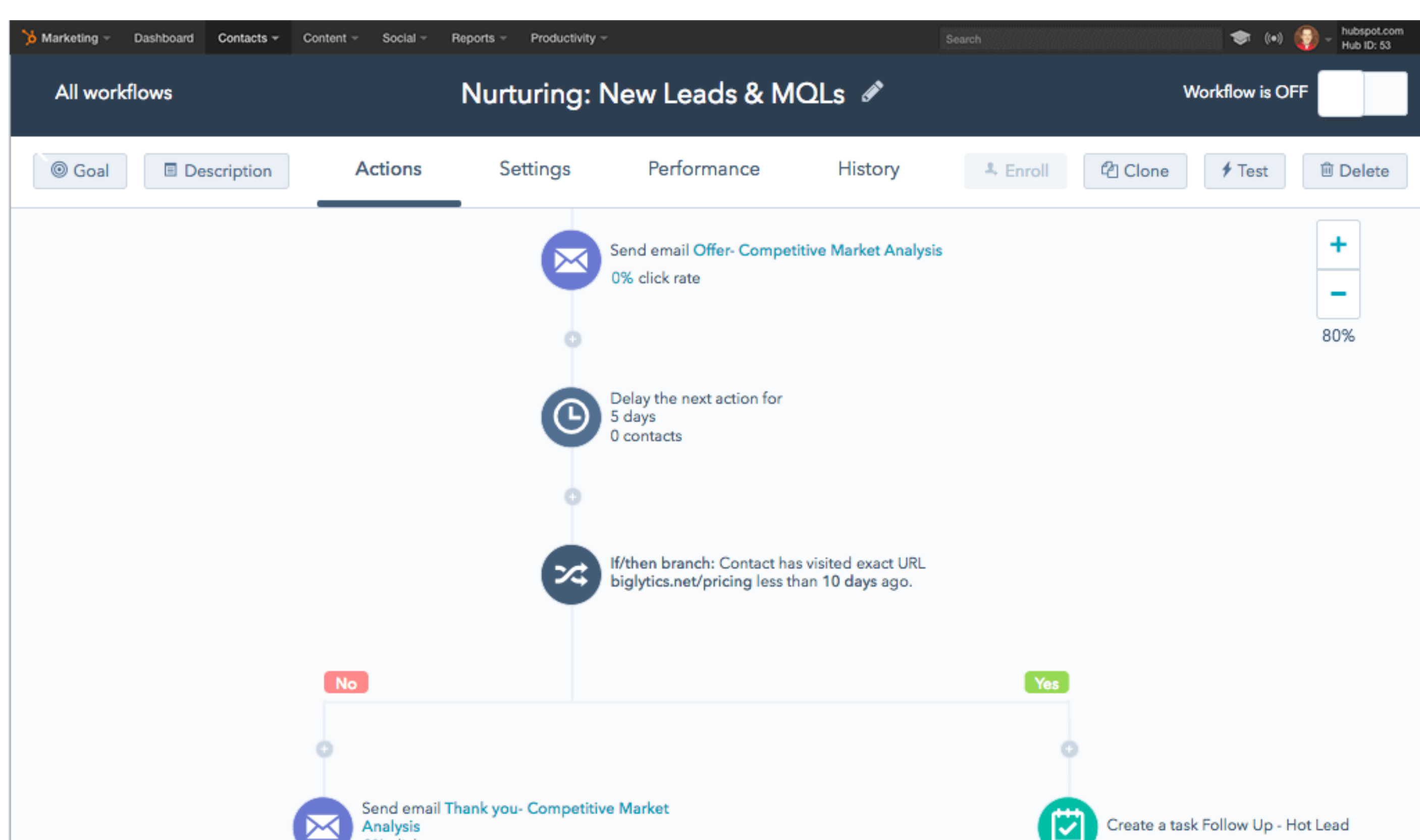
พนักงานขายสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น 15% เมื่อสามารถเข้าถึงแอปพลิเคชัน CRM บนมือถือได้ เพราะการจำกัดวิธีการให้เข้าระบบ CRM ได้โดยใช้แค่แล็ปท็อปนั้นเป็นปัญหากับพนักงานขายอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากพวกเขาต้องอยู่ในระหว่างการเดินทาง แต่ในปัจจุบันนี้ระบบ CRM ส่วนใหญ่ช่วยให้พนักงานขายสามารถเข้าสู่แอปพลิเคชันได้จากโทรศัพท์มือถือได้เลย เช่น แท็บเล็ตและสมาร์ทโฟน ดังนั้นคุณตรวจสอบให้แน่ใจว่าระบบ CRM ของคุณสามารถทำแบบนี้ได้หรือไม่

8

9

9. Integration with Marketing Automation (การตลาดแบบอัตโนมัติ)

สุดท้ายแต่ไม่ท้ายสุด การรวมกันระหว่างแพลตฟอร์มการตลาดและการขายนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญ ซึ่งอันที่จริงแล้วแนวคิดพื้นฐานของ "การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า" คือการให้เห็นถึงมุมมองด้านวงจรการทำธุรกิจที่สมบูรณ์แบบของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และลูกค้า ซึ่งยังมีช่องว่างระหว่างระบบการตลาดอัตโนมัติกับ CRM ที่อาจจะทำให้เกิดข้อมูลสูญหายและสูญเสียโอกาาก็เป็นได้



สรุป

หากต้องการใช้ระบบ CRM ให้ได้ประโยชน์อย่างเต็มที่ คุณจะต้องเลือกระบบที่มีคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการของธุรกิจของคุณในปัจจุบัน และสามารถเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจของคุณได้ ลองนึกถึงเป้าหมายการเติบโตของบริษัท และลองพิจารณาทั้งความต้องการในระยะสั้นและระยะยาวเมื่อต้องลงทุนไปกับแพลตฟอร์ม CRM

อย่าลืมว่า CRM ไม่ใช่แค่การลงทุนทางการเงินเท่านั้น แต่ยังเป็นการลงทุนเวลาให้กับแผนกการขายและการตลาดของคุณอีกด้วย การเลือกระบบที่เหมาะสมกับการความต้องการและการใช้ระบบตามแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดจะสร้างประโยชน์มากมายเมื่อบริษัทของคุณเติบโตและมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต



สอบถามเพิ่มเติม เกี่ยวกับระบบ CRM

Cipher Co., Ltd.

0816333636

sale@cipher.co.th

162/29 Suksawat Rd., Rat Burana Bangkok Thailand 1040

