۱۰ مثال اتوماسیون هوشمند برای سازمان شما

سازمان‌های زیادی برای افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها به اتوماسیون فرایند هوشمند روی می‌آورند. اتوماسیون هوشمند دارای طیف گسترده‌ای از موارد استفاده بالقوه است. در این مطلب ۱۰ نمونه اتوماسیون هوشمند را بررسی می‌کنیم که می‌تواند به تحول سازمان شما کمک کند.

10 نمونه اتوماسیون هوشمند

1- فروش متقابل وام

بازار وام‌ها بسیار رقابتی است و بانک‌هایی که رقابت می‌کنند مجبور به پرداخت هزینه‌های زیادی برای جذب مشتری می‌شوند. با وجود این چالش‌ها، بیشتر بانک‌ها شاید بزرگ‌ترین دارایی خود یعنی مشتریان فعلی خود را نادیده گرفته‌اند. به همین دلایل بانک‌های بیشتری به اتوماسیون هوشمند روی می‌آورند تا وام‌های مسکن را به مشتریان فعلی بفروشند.

سیستم عامل‌های اتوماسیون هوشمند از مقدار زیادی داده مشتری برای شناسایی فرصت‌های فروش متقابل استفاده می‌کنند. به عنوان مثال، هنگامی که مشتریان

رفتارهای مشخصی از خرید خانه نشان می‌دهند این سیستم می‌تواند بانکداران را مطلع کند. یک رفتار مرتبط می‌تواند شامل مواردی باشد که تغییر وضعیت شغلی را پیشنهاد می‌کند. (به عنوان مثال منبع جدید سپرده‌ها) به محض اطلاع، بانکداران می‌توانند با توجه به مشخصات داده‌های خود با استفاده از مؤثرترین راه ارتباطی با مشتریان تماس بگیرند.

2- هزینه‌های پرداخت

فرآیندهای سنتی پرداخت مملو از کارهای تکراری و زمان‌بر است. کارهای معمول شامل مواردی مانند ارزیابی و انتخاب فروشنده و استخراج فاکتور و داده‌های پرداخت از چندین منبع و سیستم است. منابع شخص ثالث می‌توانند مواردی مانند بانک‌ها، فروشندگان و شرکت‌های لجستیک را شامل شوند و از نمونه‌هایی از سیستم‌ها شامل ERP، CRM یا BPMS استفاده می‌کنند.

عدم ادغام مستلزم انجام کارهای دستی کارمندان است. به همین دلایل بسیاری از سازمان‌ها برای بهبود کارایی و مقرون‌به‌صرفه بودن فرآیندهای خرید خود، به اتوماسیون هوشمند روی آورده‌اند. اتوماسیون فرآیند رباتیک (RPA) چالش‌های ادغام را برطرف می‌کند، و به ساده‌سازی کارهای مهم مانند درخواست خرید، سفارشات خرید، تأیید فاکتور و مدیریت فروشنده کمک می‌کند.

3- کارکنان در حال خروج و استخدام‌های جدید

خروج و استخدام کارکنان هر دو فرآیند خسته‌کننده‌ای است که منابع بسیار زیادی را

مصرف می‌کند. استخدام‌های جدید باید آموزش ببینند، کارهای اداری انجام شود و کارهای جدید تعیین شود. زمانی که نوبت به خروج کارمندان می‌رسد، اخذ نامه استعفا، پردازش پرداخت حقوق و دستمزد باقی‌مانده و اطمینان از بازگشت مطمئن املاک شرکت از جمله وظایف معمول است.

با اتوماسیون هوشمند سازمان‌ها می‌توانند اطمینان حاصل کنند که تمام کارهای موردنیاز انجام می‌شود. به عنوان مثال هنگامی که کارمندان جدید استخدام می‌شوند، هر آن چه برای انجام شغل خود مانند دسترسی به یارانه و کارت امنیتی نیاز دارند، در اختیار آن‌ها قرار می‌گیرد.

4- فرآیند انتقال پول

فرآیند انتقال سریع پول برای هر سازمانی ضروری است. سازمان‌ها برای حفظ جریان نقدینگی باید قیمت‌گذاری کنند، سفارشات را انجام دهند، به مشتریان قبض بدهند و حقوق بدهند. با این حال بسیاری از مشاغل همچنان به پردازش دستی اعتماد دارند که نه تنها کند و گران است بلکه مستعد خطاهای پرهزینه است.

اتوماسیون هوشمند روند نقل و انتقال پول را ساده می‌کند. فناوری‌های اتوماسیون مانند یادگیری ماشین (ML) و هوش مصنوعی (AI) به‌طور خودکار اطلاعات را از اسناد مانند قراردادها یا فاکتورها استخراج می‌کنند. برخی دیگر از اموری که از طریق اتوماسیون می‌توان انجام داد شامل تحقق سفارش، سفارش جدید مشتری و تهیه حساب است. فارغ از کارهای دستی، کارمندان می‌توانند بر روی کارهایی با ارزش بالاتر مانند فروش بیشتر و ارائه خدمات بهتر به مشتری تمرکز کنند.

5- مدیریت ارتباط با مشتری

چندین دهه است که نرم‌افزار CRM وجود دارد. با این وجود سیستم‌ها و فرآیندهای CRM هنوز هم دارای ناکارآمدی هستند. نرم‌افزار CRM ابزاری قدرتمند برای بازایابی است. معمولاً کارکنان موظفند داده‌ها را به صورت دستی جست‌وجو و وارد کنند. این امر باعث می‌شود تیم‌های فروش نتوانند کار مهم‌تر یعنی تعامل با مشتریان و بستن قرارداد معاملات را به بهترین وجه ممکن انجام دهند.

اتوماسیون هوشمند CRM کارهای دستی را از بین می‌برد و کارشناسان فروش را برای تمرکز روی کار و فروش استراتژیک آزاد می‌کند. چند نمونه از ویژگی‌های کلیدی اتوماسیون هوشمند CRM مدیریت تماس و تجزیه و تحلیل پیشرفته است. مدیریت تماس، جستجو و دسترسی به داده‌های مشتری و همچنین تلفیق داده‌ها با سایر برنامه‌های شخص ثالث را برای تیم‌ها آسان می‌کند. با قابلیت‌های پیشرفته گزارش‌گیری و تجزیه و تحلیل، تیم‌های فروش می‌توانند مدل‌های دقیق پیش‌بینی فروش را ایجاد کرده و تصمیم‌گیری مبتنی بر داده را انجام دهند.

6- کنترل موجودی

فرآیندهای سنتی کنترل موجودی نیاز به پردازش گسترده دستی دارند. کارهای دستی شامل مواردی مانند تولید سفارشات کاری، ایجاد فاکتور و ارسال است. برای سازمان‌هایی که به فرآیندهای بازاریابی و فروش در همه کانال‌ها روی آورده‌اند، کنترل دستی موجودی دیگر امکان‌پذیر نیست. سیستم‌های کنترل خودکار موجودی، فرآیندهای

پیچیده دفتر کار را ساده می‌کنند.

با اتوماسیون هوشمند، سازمان‌ها می‌توانند زنجیره تأمین خود را به صورت خودکار انجام دهند، موجودی کالا را ردیابی کنند، حمل و نقل را انجام دهند و داده‌های موجودی سفارش را ذخیره کنند. با ادامه تنوع محصولات در ارائه محصولات و خدمات، کنترل خودکار موجودی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

7- تجربه مشتری در پردازش

اطمینان از این که مشتریان از یک تجربه پردازشی مثبت برخوردار هستند، تا حد زیادی به بهبود رضایت مشتری و میزان ماندگاری کمک می‌کند. با این وجود فرآیندهای سنتی پردازش مشتری ناکارآمد و طولانی هستند.

با اتوماسیون هوشمند، سازمان‌ها می‌توانند برای دستیابی به تسریع در روند پردازش، کارهای دستی را میزان قابل توجهی کاهش دهند. برخی از نمونه‌های استفاده از اتوماسیون شامل ضبط الکترونیکی اطلاعات اسناد از طریق اتوماسیون فرآیند رباتیک (RPA) و ارتباط خودکار با مشتریان (به عنوان مثال ایمیل‌های خوشامدگویی خودکار) است. سازمان‌ها همچنین می‌توانند با حذف خطاهای پرهزینه از فرآیندهای دستی ورود اطلاعات، انطباق را افزایش دهند.

8- مدیریت چرخه عمر محصول

مدیریت چرخه حیات محصول یک رشته جدید نیست. مدیریت مؤثر چرخه عمر

محصولات، سازمان‌ها را مجبور می‌کند تا با بسیاری از قطعات متحرک درگیر شوند. باید اطمینان حاصل شود که کارها به صورت روان انجام می‌شود و گردش کار کارآمد و مستقیمی وجود دارد.

اتوماسیون هوشمند مزایای زیادی را برای مدیریت چرخه محصول به همراه دارد. برخی از نمونه‌ها شامل این موارد است:

- شناسایی گلوگاه‌ها در گردش کار
- شناسایی مواد اولیه، کانال‌های ارتباطی ساده
- مدیریت موجودی
- کاهش هزینه‌ها از طریق کاهش وظایف اداری

9- مدیریت کیفیت

طبق برخی تخمین‌ها، هزینه‌های پنهان مدیریت کیفیت می‌تواند تا بیش از ۲۰% از کل هزینه کالاهای فروخته شده باشد. دلیل این امر آن است که کنترل فرآیندهای دستی دشوار است. با اتوماسیون هوشمند، ذینفعان می‌توانند به راحتی داده‌های عملکرد و وظایف کارمندان را در یک مکان متمرکز مشاهده کنند. سازمان‌ها همچنین می‌توانند از اتوماسیون برای انجام آزمایشات سریع‌تر و دقیق‌تر و همچنین ادغام با سیستم مدیریت اسناد استفاده کنند.

10- روند تأیید کمپین و تبلیغات

با گسترش تبلیغات برای در بر گرفتن کانال‌های بیشتر، مدیریت کمپین‌های بازاریابی با صرفه و هزینه به‌طور فزاینده‌ای دشوار شده است. به عبارتی، انجام تبلیغات به دستی و ارسال محتوا و تبلیغات در سیستم عامل‌های مختلف زمان زیادی را می‌برد. بدتر از همه، کارمندان اغلب مجبور می‌شوند قبل از شروع کار، مدیریت را برای گرفتن تأیید دنبال کنند.

اعضای تیم بازاریابی می‌توانند به سادگی درخواست تأیید را به صورت الکترونیکی ارسال کنند. این درخواست برای تأیید به عضو تیم تعیین شده ارسال می‌شود و هنگام تأیید به کارمند اعلام می‌شود. به جای این که روزها یا هفته‌ها در انتظار امضا باشید، می‌توانید ظرف چند ساعت کمپین‌ها را تصویب و راه‌اندازی کنید.

درخواست دموی نرم افزار BPMS دیدگاه

برای دریافت دموی نرم افزار BPMS
کلیک کنید