

بایدها و نبایدهای خودکارسازی در کسب و کارها

اتوماسیون اداری ابزار بزرگی در تجارت است و ما شاهد استفاده از آن با نرخهای بی سابقه در کشور و حتی در جهان هستیم. اهداف اتوماسیون ساده است. برای صرفه جویی در هزینه‌ها، ساده کردن فرآیندها، بهبود بهره‌وری و کارایی و آزاد کردن کارمندان برای تمرکز بر کارهای خلاقانه‌تر. هنگام برنامه‌ریزی برای استفاده از اتوماسیون اداری، مهم است که این اهداف را در ذهن داشته باشید. برای هر بخشی از کسب و کار خود که قصد دارید آن را خودکار کنید، باید در نظر بگیرید که آیا این نرم افزار اهداف را برآورده می‌کند و آیا می‌توانید این کار را با موفقیت انجام دهید یا خیر. در حقیقت بهتر است به بایدها و نبایدهای خودکارسازی در کسب و کارها توجه شود تا فرآیندها توسعه و بهبود یابند.

به زبان ساده، اتوماسیون در برخی زمینه‌ها عالی است و زمانی که از آن استفاده می‌کنید بسیار فوق‌العاده است، اما باید به کارتان بیاید. یک مثال آسان برای درک کارآمدی یا ناکارآمدی اتوماسیون اداری در کسب و کار شما، نرم افزارهای پیچیده دیگر است. آیا تا به حال صفحه نرم افزار پیچیده دیگری را طراحی کرده‌اید (یا مجبور به استفاده از آن شده‌اید) که استفاده از آن برایتان سخت باشد؟ گاهی اوقات ما راه‌حلی را برای یک مشکل تصور می‌کنیم، اما آن‌طور که می‌خواستیم پیش نمی‌رود، یا به یک چیز

کاملاً متفاوت دیگری تبدیل می‌شود. در این شرایط استفاده از این نرم افزارها به نقطه اصطکاک تبدیل می‌شود و در واقع به بهره‌وری آسیب می‌زند. همین امر می‌تواند در مورد اتوماسیون اداری نیز صادق باشد.

در ادامه 10 مورد از بایدها و نبایدهای خودکارسازی در کسب و کارها را شرح می‌دهیم.



برای دریافت دمو نرم افزارهای اتوماسیون اداری

10 چیزی که باید در کسب و کارتان به صورت خودکار انجام دهید

بایدها و نبایدهای خودکارسازی در کسب و کارها می‌تواند برای هر سازمانی تفاوت داشته باشد. اما اغلب سازمان‌ها در 10 مورد از این بایدها و نبایدها اشتراک دارند. در اینجا به 10 مورد از بایدهای خودکارسازی در کسب و کارها اشاره می‌کنیم:

1. پاسخ فوری به درخواست تماس با ایمیل

آیا می‌دانستید که اگر مشتری 30 دقیقه برای برقراری تماس با شرکت و کسب و کار شما صبر کند، شانس کسب امتیاز توسط وی چند برابر کاهش می‌یابد؟ شما باید در صورت درخواست مشتری فوراً با او تماس بگیرید. پاسخ‌های ایمیل خودکار به فرم‌های

تماس، یک راه عالی برای ایجاد ارتباط با مشتری در مراحل اولیه است.

2. پیگیری تماس‌های تلفنی

این هم برای نمایندگی‌های خدمات مشتری و هم برای نمایندگان فروش عالی است. اغلب فرصت‌ها از دست می‌روند، زیرا پس از تماس تلفنی مشتری با کسب‌وکار شما و در صورت پاسخگو نبودن‌تان، تماس دیگری برقرار نمی‌شود. می‌توانید ایمیل‌های پیگیری خودکار را تنظیم کنید که برای ارسال، چند دقیقه پس از اتمام تماس برنامه‌ریزی شده‌اند. این به مشتری نشان می‌دهد که شما روی خواسته‌ها و نیازهای او سرمایه‌گذاری کرده‌اید.



3. جمع‌آوری داده‌های ارتباطی مصرف‌کننده

هر کسب‌وکاری بهتر است اطلاعات تماس را از افراد دریافت کند تا در آینده آنها را به مشتری تبدیل کند. باید یک فرآیند خودکار برای دریافت این اطلاعات تماس و همچنین انگیزه‌ای برای فرد برای تحویل دادن اطلاعات خود وجود داشته باشد. یک کتاب الکترونیکی یا وبینار برای این کار ایده خوبی است.

4. حضور مشتری

برای جلوگیری از تضادهای احتمالی در آینده، باید مشتریان جدید جذب کنید. گاهی اوقات مشتریان به دلیل عدم درک محصول یا نحوه تعامل با آن به سمت رقیب‌تان کشیده می‌شوند. آنها ممکن است به اشتباه فکر کنند که محصول شما هر کاری را که نیاز دارند برآورده نمی‌کند، حتی با اینکه شما واقعاً این نیاز را برطرف می‌کنید. ورود درست و به‌موقع در این نقطه بسیار کلیدی است.

5. درخواست برای تشویق مشتریان به بازگشت

شما باید در مورد رفتار مشتری اطلاعات جمع‌آوری کنید. چند وقت یک‌بار خرید می‌کنند؟ آیا افرادی که محصول X را می‌خرند، محصول Y را نیز می‌خرند؟ با استفاده از این داده‌ها، می‌توانید درخواست‌هایی را که برای مشتری ارسال می‌شوند خودکار کنید تا

آنها را به سوی خودتان بازگردانید. شما می‌توانید به کمک این اطلاعات وقتی به زمان خرید مشتری‌تان نزدیک شدید، یک یادآوری برای او ارسال کنید.

6. یادآوری سبد خرید رها شده

اگر در کسب‌وکار شما تعداد زیادی سبد خرید رها شده است، نگران نباشید. این اتفاق بسیار معمول و رایج است، حتی برای مشاغل بسیار موفق. گاهی اوقات یک مشتری هرگز برای خرید برنمی‌گردد، اما گاهی اوقات فقط به کمی فشار و انگیزه نیاز دارد. شاید حواسش پرت شده یا مجبور شده در حین ایجاد سبد خرید، کار دیگری را انجام دهد، اما بعد آن را فراموش کرده است. از طریق یک ایمیل خودکار یا پیام متنی به آنها یادآوری کنید و فروش بالاتری را به دست آورید.

7. پست‌های رسانه‌های اجتماعی

شما می‌توانید یک زمان‌بندی برای ارسال خودکار محتوا در رسانه‌های اجتماعی ایجاد کنید. هر پلتفرمی به شما اجازه انجام این کار را نمی‌دهد، اما بسیاری از آنها این کار را می‌کنند. شما باید ارسال محتوا را به صورت خودکار درآورید تا در بالاترین ترافیک روز انجام شود. همچنین می‌توانید پست کردن را خودکار کنید تا بتوانید در خارج از ساعات کاری همچنان مطالب را ارسال کنید.

8. چت ربات‌ها

چت بات‌ها در پر کردن شکاف‌های ارتباطی عالی هستند و همیشه در دسترس مشتری‌اند. ربات‌های چت چه برای فروش، چه برای خدمات مشتری یا پشتیبانی فنی، به بهبود تجربه مشتری و افزایش فروش کمک می‌کنند.



9. نظرسنجی رضایت مشتری و سایر نظرسنجی‌ها

نظرسنجی‌ها روشی عالی برای دریافت داده‌های با کیفیت بالا از مشتریان شما هستند. این داده‌ها می‌توانند در طراحی خط بعدی محصولات شما، بهبود فرآیندهای داخلی،

تعیین خط لوله فروش و موارد دیگر نقش مهمی داشته باشند. می‌توانید فرآیند ارسال نظرسنجی‌های مشتریان را خودکار کنید تا بتوانید روی جریان منظم پاسخ‌ها حساب کنید. شما می‌توانید معیارهایی را برای اینکه چه کسی و چه زمانی باید این نظرسنجی‌ها را دریافت کند تعیین کنید. هنگامی که یک مشتری این معیارها را به‌طور کامل دارد، نظرسنجی به‌طور خودکار برای او ارسال می‌شود.

10. فرآیندهای کسب و کار

فرآیندهای ساده و تکراری مانند ورود داده‌ها باید خودکار شوند. کسب‌وکارها اغلب صدها مورد از این فرآیندها را دارند و تکمیل این وظایف می‌تواند زمان زیادی را به خود اختصاص دهد. در تجارت، زمان طلا است، بنابراین اگر زمان صرف شده برای این وظایف را کاهش دهید، در هزینه خود صرفه‌جویی خواهید کرد. هنگامی که این خودکارسازی با پلتفرم‌های چند کاناله یکپارچه شود، می‌توان از اتوماسیون اداری برای کپی خودکار داده‌های مشتری و کاهش بار کاری بر روی کارکنان استفاده کرد.

10 چیزی که در تجارت نباید خودکارسازی کنید

بایدها و نبایدهای خودکارسازی از اهمیت بسیار زیادی برخوردارند. به طوری که می‌توانند در موفقیت و عدم موفقیت فرآیندهای کار و عملکرد کارکنان تأثیر به‌سزایی بگذارند. این بخش بر روی نبایدهای خودکارسازی در کسب و کارها یا به‌طور گسترده‌تر در زمینه‌هایی که باید در مورد خودکارسازی بسیار مراقب باشید، تمرکز دارد.

1. تلفن گویای چندلایه

تلفن گویا ویژه مشتری، زمانی که ضعیف انجام شود، می تواند اثر معکوس داشته باشد. آیا تا به حال در یک حلقه تکراری تلفن چندلایه به ظاهر بی پایان گیر کرده اید؟ یا حتی بدتر از آن، به دلیل اینکه نتوانستید گزینه ای مطابق با نیازهای خود پیدا کنید، تلفن را قطع کرده اید؟

این اتفاق به چند دلیل مشکل ساز هستند:

- مشتریان می خواهند مشکلشان به سرعت حل شود و گوش دادن به 10 گزینه تلفن گویا بسیار زمان بر است.
- شما مشتریان را مجبور می کنید به گزینه هایی گوش دهند که به کارشان نمی آید. به همین دلیل است که گزینه های خودکار باید ساده و کوتاه باشند و فقط چند مورد برای انتخاب به مشتری ارائه شود.
- اگر مشتری به دلیل انتخاب نکردن یک گزینه مجبور به قطع تلفن شود، سطح ناامیدی او افزایش می یابد.



2. بازاریابی هدفمند بیش از حد

هنگامی که یک مصرف‌کننده جزئیات تماس خود را به اشتراک می‌گذارد، خواه آدرس ایمیل یا شماره تلفن باشد، باید با احتیاط با آن برخورد کرد. این شخص با دادن اطلاعات به شرکت اجازه داده است که با او تماس بگیرند اما هر فرد انتظار سطح مشخصی از تماس‌ها را دارد.

اگر در یک رویداد یا در حین انجام یک بازی آنلاین با فرد جدیدی آشنا شدید، انتظار ندارید که هر روز یا بدتر از آن، چندین بار در روز به شما پیام بدهد. در تجارت هم همین طور است. اگر فقط یک مخاطب جدید را به لیست ایمیل خود اضافه می‌کنید و هر روز

ایمیل‌های عمومی آنها را اسپم می‌کنید، منتظر باشید که درهای ارتباط خود با شرکت شما را ببندند.

3. اتوماسیون صدا و ترجمه

در این مورد فقط عبارت “این کار را نکنید” را استفاده نمی‌کنیم، بلکه می‌گوییم “فقط در صورتی این کار را انجام دهید که فناوری پیشرفته دارید”. ممکن است شروع به استفاده از خدمات اتوماسیون صوتی که بر اساس گفتار مشتری در هنگام تعامل با شرکت یادداشت‌برداری می‌کند و سوسه‌انگیز باشد. مزایا واضح است:

- نمایندگان نیازی به یادداشت‌برداری ندارند و می‌توانند فعالانه گوش دهند.

- ممکن است به هیچ‌وجه به نمایندگان نیاز نباشد (در هزینه‌های نیروی کار برای تماس اولیه صرفه‌جویی کنید).

- یک رکورد متنی دائمی از تعاملات روی تلفن وجود دارد.

با این حال، مشکلاتی در مورد نرم افزار اتوماسیون صوتی و به ویژه برای نرم افزارهای سطح پایین یا غیرپیشرفته وجود دارد که عبارتند از:

- عوامل محیطی: نرم افزار باید بتواند نویز پس‌زمینه را برطرف کند.

- لهجه‌ها و گویش‌ها: معمولاً در مورد اینکه نرم افزار کدام لهجه و گویش را می‌فهمد،

اختلاف وجود دارد. به‌طور مثال نرم افزار تشخیص صدای اپل، سیری، در بیشتر

عمر خود، در درک لهجه‌های غیرآمریکایی با مشکل مواجه بوده است. حتی خارج

از لهجه‌های غیرآمریکایی هم تبعیض محسوسی وجود داشت. نرم افزار اپل اساساً لهجه‌های آمریکایی را بهتر از لهجه‌های بریتانیایی درک می‌کند، اما باز هم درک لهجه‌های انگلیسی جنوبی برایش آسان‌تر از لهجه‌های انگلیسی شمالی بود و نرم افزار اپل اساساً نمی‌توانست لهجه اسکاتلندی را درک کند. با اینکه این افراد همگی انگلیسی صحبت می‌کردند.

4. بازیابی بلایا

برخی از تصمیمات در کسب‌وکار آنقدر تأثیرگذار هستند که نمی‌توان آنها را صرفاً توسط اتوماسیون اداری مدیریت کرد. بازیابی فاجعه و خرابی مراکز داده یکی از اینهاست. بسیاری از کسب‌وکارها این فرآیند را خودکار می‌کنند، اما همچنان یک “دکمه قرمز” دارند که باید توسط یک انسان فعال شود تا فرآیند تکمیل شود. مزیت نیاز به نیروی انسانی این است که می‌توانید فرآیند را در برابر هک، کارمندان سرکش یا یک مشکل فاجعه‌بار مقاوم‌تر کنید.



5. فرآیندهای غیرمعمول

یکی از مهم‌ترین موارد بایدها و نبایدهای خودکارسازی، در بخش فرآیندهای غیرمعمول است. به عبارتی اتوماسیون اداری برای فعالیتهای تکراری و بسیار وقت‌گیر بهترین است. چند دهه پیش، اغلب وظیفه یک کارمند این بود که داده‌ها را به صورت دستی در سیستم‌های مختلف تایپ کند. سپس برنامه‌هایی شکل گرفتند که می‌توانستند همه این کارها را در چند ساعت انجام دهند. اینجاست که اتوماسیون اداری می‌درخشد. با این حال، اتوماسیون برای کارهای غیرمعمول و غیرتکراری کاربرد کمتری دارد. اگر این کارها معمولی نیستند و انجام آنها زمان زیادی نمی‌برد، پس خودکار کردن آنها منطقی نیست یا حداقل، خودکار کردن این وظایف باید کمترین اولویت شما باشد.

6. زمانی که ROI پایینی را پیش‌بینی می‌کنید

یکی از مزایای اصلی نرم افزار اتوماسیون اداری این است که می‌تواند در هزینه‌ها صرفه‌جویی کند و منجر به بازگشت سرمایه (ROI) بالا شود. با این حال، این در تمام زمینه‌های اتوماسیون صدق نمی‌کند. شما باید ROI (Return on investment) تخمینی اتوماسیون را در بخش‌های مختلف محاسبه کنید.

7. فرآیندهای بسیار پیچیده

این در مورد استفاده از اتوماسیون اداری برای کمک به کارکنان به جای جایگزینی آنها است. همیشه منطقی نیست که یک فرآیند بسیار پیچیده را که دارای قطعات متحرک زیادی است و به تصمیمات انسانی متکی است، به صورت خودکار درآورید. قطعات ساده و تکراری را خودکار کنید و تصمیم‌گیری را به انسان بسپارید.

8. فرآیندهای ناکارآمد

گاهی اوقات یک کار بسیار وقت‌گیر است زیرا اساساً ناکارآمد و زیان‌بار است. قبل از اینکه این نوع کارها را خودکار کنید، از خود بپرسید که آیا آنها را به بهترین شکل انجام می‌دهید یا خیر. شاید این فرآیند به جای خودکار شدن نیاز به یک تغییر اساسی داشته باشد.

9. وقتی فناوری اتوماسیون هنوز وجود ندارد

این مسئله به راه‌حل‌های اتوماسیون صوتی مربوط می‌شود، اما به خودی خود بسیار گسترده‌تر است. گاهی اوقات این فناوری هنوز به اندازه کافی قوی نیست که اتوماسیون را دوام بیاورد و بهتر است انسان‌ها این کار را انجام دهند. کسب‌وکار صرفاً صرفه‌جویی در هزینه‌ها نیست، بلکه در مورد ارائه کیفیت بالا نیز هست و اتوماسیون اداری باید هر دوی این اهداف را برآورده کند.

10. همه چیز

همه چیز را فقط به خاطر ساده‌سازی و آسان‌سازی خودکار نکنید. به این فکر کنید که ابتدا چه چیزی باید خودکار شود و چه چیزی برای خودکارسازی منطقی‌تر است.

جمع‌بندی

بر اساس یافته‌های این مقاله، اتوماسیون زمانی بیشترین ارزش را ایجاد می‌کند که جایگزین فعالیت‌های تکراری و وقت‌گیر شود و به بهبود تجربه مشتری و کاهش بار کاری کارکنان کمک کند، نه اینکه فرآیندها را پیچیده‌تر و ناکارآمدتر کند. در مقابل، استفاده از اتوماسیون در بخش‌هایی که نیازمند منابع انسانی، انعطاف‌پذیری بالا، ارتباط مستقیم یا فناوری پیشرفته هستند می‌تواند موجب کاهش کیفیت خدمات و نارضایتی مشتری شود. بنابراین، کلید موفقیت در استقرار اتوماسیون، شناسایی دقیق فرآیندهای

مناسب، پرهیز از خودکارسازی افراطی و اطمینان از این است که فناوری انتخاب شده واقعاً به حل مسئله کمک می‌کند، نه اینکه خود به مانعی بر سر راه بهره‌وری تبدیل شود.

چارگون