

تغییر فرآیندهای ارتباط با مشتری در واحد فروش چارگون

مدیر فروش چارگون از تغییر فرآیندهای ارتباط با سازمان‌های مشتری و تدوین استراتژی‌های این واحد بر اساس شعار «فروش با کیفیت» خبر داد.

روزبه بهرامی در گفت‌وگو با روابط عمومی چارگون تاکید کرد: از ابتدای سال 97 و پس از بررسی‌ها، تحقیقات بازار و نظرسنجی از سازمان‌های مشتری با هدف افزایش رضایتمندی مشتریان، تغییر رویه‌هایی در زمینه ارتباط با آنها تدوین و اجرایی کردیم که خوشبختانه بسیار موثر بوده‌اند.

وی ادامه داد: یکی از این تغییرات، کاهش زمان برگزاری جلسات با سازمان‌های مشتری است. مثلاً بر روی تغییر و بهبود فاصله بین ثبت درخواست مشتری تا برگزاری جلسه معرفی محصولات، تمرکز بیشتری کردیم و با بازنگری 2 معیار زمان درخواست‌ها و تعداد مشتری‌های در صف انتظار به راهکاری دست یافتیم که بتوانیم تعداد سازمان‌های منتظر را به کمتر از 10 مشتری برسانیم.

به گفته وی، یکی دیگر از اقدامات واحد فروش برای کاهش زمان ثبت درخواست مشتری تا برگزاری جلسه معرفی نرم‌افزار را می‌توان برگزاری جلسات دموی مجازی در این واحد، دانست که در افزایش سطح رضایتمندی مشتریان بسیار موثر بوده است. مدیر واحد فروش چارگون یادآور شد: ایجاد زیرساخت برگزاری جلسات مجازی با

همکاری واحد فناوری چارگون موجب شده است تا بتوانیم برای حدود 20 تا 30 درصد از درخواست کنندگان، جلسه دمو مجازی برگزار کنیم که اکثر سازمان‌های دور از مرکز از این روش، استقبال کرده‌اند. همین امر، انگیزه ما برای تقویت و توسعه جلسات دمو مجازی را بیشتر کرده است.

بهرامی همچنین از برگزاری دوره‌های آموزش دمو برای کارشناسان راهکارهای پنج‌گانه دیدگاه خبرداد و گفت: این کلاس‌های آموزشی با هدف افزایش توان تخصصی کارشناسان چارگون تدوین شده است.

به گفته وی، با آموزش و یادگیری چگونگی معرفی محصولات برای سازمان‌های مشتری، کارشناسان استقرار و پشتیبانی چارگون نیز از توانمندی تخصصی و قدرت انتقال پیام و ارتباط بهتر و موثرتر با مشتری، بهره خواهند برد.

وی با بیان اینکه واحد فروش صرفاً بر روی اهداف ریالی متمرکز نیست گفت: بخش عمده‌ای از استراتژی‌های ما را بهبود فرآیندها و عملکردها برای افزایش رضایت مشتری و پرسنل واحد فروش، شامل می‌شود؛ به همین دلیل است که شعار سال و محور رویکردمان را “فروش با کیفیت” انتخاب کرده‌ایم.

مدیر واحد فروش چارگون تاکید کرد: روش‌های دستیابی به اهداف غیر ریالی واحد فروش را بر اساس نظرسنجی‌ها و متدهای روز فروش و تبلیغات و با محوریت کسب رضایت بیشتر مشتریان، تدوین و برنامه‌ریزی کرده‌ایم که از جمله این روش‌ها می‌توان به ارتقای کیفیت مستندات محصولات و افزایش شفافیت برای فروش با کیفیت‌تر اشاره کرد.

وی تصریح کرد: برای دستیابی به اهداف ریالی و تاثیر گذاری در بازار و جهت‌دهی به آن چند کمپین تبلیغاتی در حوزه‌های مختلف مجموعه نرم‌افزاری دیدگاه تعریف شده‌اند.

وی تصریح کرد: این کمپین‌ها با همکاری راهکارهای اتوماسیون اداری، منابع انسانی، مالی، لجستیک و انبارداری، مدیریت فرآیندها (BPMS) و روابط عمومی از ابتدای سال به تدریج اجرایی شده و تا پایان سال ادامه خواهند داشت. به گفته وی، یکی از کمپین‌های موفق چارگون، معرفی محصول پیشخوان ارباب رجوع است که با توجه به خلق ارزش افزوده بسیار زیاد برای مشتری‌ها و همسویی کامل با بخشنامه‌ها و قوانین بالا دستی کشور، مورد استقبال کلیه دستگاه‌های دولتی و حتی شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است.

مدیر فروش چارگون اضافه کرد: همزمانی معرفی محصول پیشخوان ارباب رجوع دیدگاه در گردهمایی سالانه چارگون با ابلاغ بخشنامه دولت مبنی بر ایجاد میز خدمت در دستگاه‌های دولتی، موفقیت ما در ارائه محصولی جدید و کارآمد به بازار را تضمین کرد.

وی ادامه داد: در حال حاضر نیز واحد فروش با سرعت زیاد در ارسال مستندات به سازمان‌های مشتری و پیگیری درخواست‌هایشان، فعال است که نتیجه این امر را می‌توان در رضایت سازمان‌های مشتری و نمودار فروش سهمی شرکت، مشاهده کرد. بهرامی همچنین خاطر نشان کرد: اخذ تمدید تاییدیه‌های قانونی و به روزرسانی مستندات رسمی محصولات دیدگاه یکی از دستورکارهای همیشگی و دائمی واحد فروش است که امسال نیز بر روی آن متمرکز هستیم.