

تبیین سیاست‌های چارگون در فروش و توسعه بازار در گفت‌وگو با رییس واحد فروش

رییس واحد فروش چارگون از تدوین استراتژی‌های توسعه بازار و ورود به حوزه‌های جدید خبر داد.

سامان اسماعیلی در گفت‌وگو با روابط عمومی چارگون تاکید کرد: خوشبختانه سال گذشته در واحد فروش علاوه بر ثبت جهش در حجم ریالی پروژه‌های شرکت، توانستیم پروژه‌های بزرگی را به شرکت ملحق کنیم که همگی جنبه ملی دارند و در ساختاری اداری و مالی کشور سهم بسزایی ایفا می‌کنند.

وی پروژه سازمان تامین اجتماعی، بانک قرض‌الحسنه مهر ایران، دانشگاه پیام‌نور و چندین سازمان بزرگ دیگر را از جمله پروژه‌های ملی چارگون دانست و گفت: سازمان تامین اجتماعی با بیش از 100 هزار پرسنل در فهرست بهره‌برداران مجموعه نرم‌افزارهای دیدگاه قرار گرفت که به این ترتیب بزرگترین پروژه تاریخ چارگون رقم خورد.

رییس واحد فروش چارگون همچنین به موفقیت کارشناسان این واحد در دستیابی به هدف برنامه‌ریزی شده در سال 95 اشاره کرد و افزود: سال گذشته 8/1 برابر هدف

تعیین شده، توانستیم بازاریابی و فروش شرکت را توسعه دهیم. اسماعیلی خاطر نشان کرد: در سال جدید، تدوین استراتژی‌های توسعه‌ای و عملی در واحد فروش چارگون مهمترین اقدام بوده است که بر اساس آن، اهداف چهار ماهه واحد تعیین شده‌اند.

به گفته وی، استراتژی سال جدید شرکت چارگون بر پایه فروش مجدد رقم خواهد خورد.

رییس واحد فروش چارگون اضافه کرد: در حال حاضر در بیش از 1300 سازمان مشتری نرم‌افزارهای مختلف دیدگاه تحت بهره‌برداری است که لزوماً از همه نرم‌افزارهای ما در راهکارهای پنج‌گانه دیدگاه استفاده نمی‌کنند.

وی یادآور شد: امسال برنامه جدی داریم تا محصولاتمان در بخش‌های مختلف را برای سازمان‌های کاربر دیدگاه معرفی و آنها را به بهره‌برداری از نرم‌افزارهای جامع و یکپارچه شرکت چارگون تشویق کنیم.

اسماعیلی با بیان اینکه فرآیند فروش مجدد، بازار جدیدی را در بین مشتریان فعلی چارگون ایجاد می‌کند، افزود: برنامه ویژه فروش و تعیین بازار هدف برای برخی از محصولات خاص نیز طراحی کرده‌ایم تا علاوه بر نرم‌افزارهای فعلی دیدگاه، سایر تولیدات شرکت چارگون که هریک در ساختارهای اداری و مالی تحول‌آفرین خواهند بود را نیز به مخاطبان عرضه کنیم.

رییس واحد فروش چارگون همچنین به تحقیق و بررسی به منظور تعیین بازارها و کسب‌وکارهای جدید اشاره کرد و گفت: قطعا از ورود به بازارهای جدید غافل نخواهیم شد و با شناخت و آگاهی به سمت آنها قدم خواهیم برداشت.

وی خاطر نشان کرد: بررسی‌های ما نشان می‌دهد در سال‌های اخیر، نیاز بازار به

نرم افزارهای منابع انسانی و مالی گوی سبقت را از نرم افزارهای اتوماسیون اداری ر بوده اند و در بازار با اقبال بیشتری همراهند.

به گفته وی، تغییر ذائقه بازار به نرم افزارهای منابع انسانی و مالی از یکسو و توانمندی چارگون در این حوزه ها از سوی دیگر، قطعاً افق تازه ای را در حوزه بازاریابی و فروش برای ما روشن خواهد کرد.

اسماعیلی با تاکید بر اهمیت نقش کارشناسان بازاریابی و فروش به عنوان پیشانی هر شرکت گفت: در چارگون، هر کارشناس فروش نماینده 300 نفر از کارکنان شرکت است و با ایجاد ارتباط آگاهانه، مسئولانه و موثر علاوه بر صیانت از وجهه شرکت با مخاطبان و مشتریان احتمالی در بالاترین سطح به تعامل و همراهی می پردازد.