



## **Microsoft CRM Satış Modülü**

Değişen rekabet ortamı ve farklılaşan müşteri beklentileri satış süreçlerini de oldukça farklı bir boyuta taşıyor. Müşterilere beklentileri kapsamında, anında, doğru ürün ve hizmetleri sunabilmek başarılı satış sürecinin en önemli faktörleri haline geldi. Diğer yandan artan rekabet baskısıyla birlikte satış süreçleri kısaldı, çapraz satış gibi, satış sonrası hizmetlerin etkinliği gibi konularla birlikte satış operasyonu, sürekli bir ilişki yönetimi halini aldı.

Rekabetin getirdiği fiyat baskısı ve ürünlerin arasında git gide azalan farklılaşma, satışların daha etkin yapılmasını mecbur kılıyor. Kısacası satış çabalarının somut satışa dönüşme oranının yükselmesi artık bir zorunluluk. Ayrıca, satışlar sırasında ve sonrasında doğan fırsatların değerlendirilmesi, olası müşterilerin değerlendirilerek gerçek müşterilere dönüştürülmesi de önem kazanıyor. Satışın değişen bu yapısıyla birlikte müşterileri tanımak, müşterilerin temel dinamiklerini öngörmek ve müşteri özellikleri kapsamında satış süreçlerini farklılaştırmak ihtiyacı ortaya çıktı.

Microsoft CRM satış sürecindeki bu önemli değişime ayak uydurmanız için gereksinim duyacağınız tüm araçları içeren kapsamlı bir modül. Satış ekibinin olası müşterileri izlemesi, olası satış fırsatlarının gözlemlenmesi, satış aktivitelerinin ölçülmesi ve tahmini, müşteriler ile olan iletişimin izlenmesi ve satış sürecinde gerçekleşen aşamaların otomatize edilmesi gibi özellikleri sunan Microsoft CRM satış sürecini kısaltır, ilişkilerin satışa dönme oranını yükseltir ve müşteriyi elde tutma sürecini etkin kılar. Microsoft Outlook ve web üzerinden erişilebilen Microsoft CRM Satış Modülü kullanım kolaylığı açısından da eşsiz bir deneyim sunar.

### **Satış başarısının artması**

Olası müşterilerin ve fırsatların yönetilmesi, satış süreçlerinin otomasyonu için gerekli olan iş akışlarının özelleştirilebilmesi, teklif oluşturma ve sipariş yönetimi araçları sayesinde Microsoft CRM Satış Modülü, satış sürecini kısaltıyor ve satışların başarı ile gerçekleşmesine imkân veriyor. Satış süreçlerinin farklı aşamalarında sağlanan bu etkin yapı, satışların en kısa sürede ve en etkili biçimde gerçekleşmesini sağlar.

## **Müşteri beklentilerinin anlaşılması**

Microsoft CRM Satış Modülü'nün en önemli özelliklerinden biri de son derece kapsamlı raporlar oluşturabilmesi. Bu raporlar sayesinde satışlara yönelik öngörülerde bulunmak, işin etkinliğini ve performansını ölçümleyebilmek, satışların ve hizmetlerin başarısını izlemek ve sorunları, eğilimleri ve fırsatları tanımlamak mümkün .

## **Müşteri hakkındaki tüm bilgilere erişim**

Satışların daha hızlı gerçekleştirilmesi ve daha başarılı olması için en önemli konulardan bir tanesi müşteri ile ilgili bilgilerin tümüne kolay ve hızlı biçimde ulaşabilmektir. Bu sağlandığı takdirde müşterinin geçmişte gerçekleştirdiği alımlardan, eğilimlerinden ve profilinden yararlanılarak satış süreçleri müşteriye özel bir hale getirilebilir. Microsoft CRM Satış Modülü, müşterilerle ilgili mevcut ve geçmişe dayalı bilgileri merkezi ve özelleştirilebilir bir hale getirerek satış aktivitelerinin ve müşteri takibinin etkin kılınmasını sağlar.

## **Microsoft CRM Satış Modülü Fonksiyonları**

**Müşteri/Kontak yönetimi** : Microsoft CRM'de müşteriler kurumsal ve bireysel müşteriler olarak segmente edilebilir ve tek kişilik işletmelerden çok uluslu şirketlere kadar her ölçekte müşteri yönetilebilir. Müşteri ile ilgili her türlü bilginin takibi ve yönetimi yapılabilir.

**Aktivite yönetimi** : Müşterilerle yapılması gereken aktiviteler (toplantı, randevu, görev, e-posta, telefon görüşmesi, fax) satış temsilcisi, yöneticisi veya sistem tarafından planlanabilir. Planlanmış fakat gerçekleştirilmemiş aktiviteler için hatırlatma/uyarı mekanizmaları oluşturulabilir. Müşteri ile gerçekleştirilmiş aktivitelere de ilgili kişiler gerektiğinde yetkileri çerçevesinde daha sonradan erişebilirler.

**Müşteri adayı yönetimi** : Kullanıcılar, olası iş bağlantıları ile ilgili bilgileri kolayca izleyebilir, satış yapılabilecek veya bağlantı kurulabilecek olan müşteri adaylarını belirleyip onlarla görüşmeler gerçekleştirebilirler. Microsoft CRM'e girilen müşteri adayları - örneğin, işletmeye ait bir Web sitesinden, pazarlama listesinden veya bir ticaret fuarında gerçekleştirilen bir kartvizit taramasından - işletme veya yönetici tarafından tanımlanan kurallar esas alınarak doğru satış temsilcilerine otomatik olarak yönlendirilebilir.

**Potansiyel müşteri yönetimi** : Satış fırsatları, satış sürecindeki aşamaları otomatikleştiren iş akışı kuralları sayesinde tutarlı ve verimli şekilde izlenebilir ve değerlendirilebilir.

**Sipariş yönetimi: teklifler, siparişler ve faturalar** : Satış temsilcileri, teklifler oluşturabilir ve bu teklifleri siparişlere hızla dönüştürebilir. Güçlü bir teklif oluşturma aracı

yardımıyla, satış temsilcileri bileşenleri doğrudan ürün veya servis katalogundan seçebilir, istenen bileşenlerin ücret düzeyini ve sayısını belirleyebilir ve yetkileri dahilinde indirimler yapabilir. Sipariş, kabul edilen bir tekliftir. Entegre hale getirilmiş bir finans uygulaması varsa, bir teklif otomatik olarak bir siparişe dönüştürülebilir ve işlenmek üzere gönderilebilir; bu da verimliliği artırır. Fatura, ödemesi yapılmış bir sipariştir. Entegre hale getirilmiş bir finans uygulaması varsa, faturalar sistemden Microsoft CRM'e otomatik olarak yayımlanır ve böylece çalışanlara zaman kazandırılır.

**Ürün katalogu :** Tam özellikli bir ürün katalogu, karmaşık ücretlendirme düzeyleri, ölçü birimleri, indirimler ve ücretlendirme seçenekleri için destek içerir.

**Kota yönetimi :** Yöneticiler, hedefler doğrultusunda çalışanların satış performanslarını ölçebilir. İş fırsatları Microsoft CRM'de değerlendirildikçe, ilgili satış temsilcisinin kotasına eklenir.

**Bölge yönetimi :** Yöneticiler, satış temsilcileri için satış alanları belirleyerek, iş akışı kuralları ve raporlar aracılığıyla onların satış alanlarını yönetmesine ve değerlendirmesine olanak sağlar.

**Satış literatürü :** Yöneticiler ve çalışanlar, arama yapılabilen bir satış kitaplığını broşürler, teknik makaleler ve rakip bilgileri de dahil olmak üzere pazarlama malzemelerini oluşturabilir, yönetebilir ve dağıtabilir.

**Rakipleri izleme :** Rakip işletmeler hakkında ayrıntılı bilgiler bir kitaplıkta saklanabilir ve iş fırsatları ve satış literatürü ile ilişkilendirilebilir.

**Raporlar :** Microsoft CRM, yönetimin doğru kararları hızla alabilmesini, satış çalışmalarını ölçmesini ve öngörmesini, fırsatları, eğilimleri ve sorunları belirlemesini sağlayan bir dizi rapor içerir.

**Notlar ve ekler :** Kullanıcılar, Microsoft CRM'in içerdiği tüm kurumsal müşterilere veya ilgili kişilere notlar ve belgeler ekleyebilir