

## **Uusi NetSuite CRM -ohjelmallisäke tarjoaa käyttäjille mukautetun käyttökokemuksen**

Laralyn Ellsworth, NetSuite CRM Principal Outbound Product Manager

Asiakkaiden löytäminen, hankkiminen ja säilyttäminen on tärkeää kaikille yrityksille. Uusissa yrityksissä yksi henkilö saattaa hoitaa näihin tavoitteisiin liittyvät myynti, markkinointi- ja asiakaspalvelutehtävät. Yrityksen kasvaessa näiden tehtävien hallintaan ei kuitenkaan riitä enää yksi henkilö, vaan tarvitaan kokonaisia tiimejä. Kasvu tuo mukanaan viestintään, tiedon näkyvyyteen ja vastausaikoihin liittyviä haasteita, jotka usein kasvavat, kun eri tiimit säilövät omat tietonsa erilaisiin järjestelmiin.

NetSuite tarjoaa keskitetyn paikan kaikelle datalle, jota yritys tarvitsee toiminnassaan. Monet yritykset saattavat esimerkiksi ottaa ensimmäisenä käyttöön toiminnanohjausjärjestelmän talousasioiden hallintaa varten ja huomata pian NetSuite-sovelluksen hyödyt myös myynnin, markkinoinnin ja asiakaspalvelun kannalta.

NetSuite CRM helpottaa organisaatioiden myynnin ja markkinoinnin automatisointia sekä asiakaspalvelun hallintaprosesseja. Asiakassuhteiden hallinnan kannalta organisaatiolle voi kuitenkin olla myös tärkeää saada lisää näkyvyyttä myyntiennusteisiin, kampanjamittareihin ja eskaloituneisiin ongelmiin. NetSuite-sovellukseen on nyt saatavilla laajennettuja CRM-ominaisuuksia uuden **CRM-ohjelmallisäkkeen** kautta. Se sisältää myyntipäälliköille ja myyjille sekä markkinointi- ja asiakaspalvelutiimeille suunniteltuja rooleja ja koontinäyttöjä. Lisäksi käytettävissä on valmiiksi määritettyjä **SuiteAnalytics Workbook -työkirjoja**, joiden avulla voidaan mitata myyntituloksia.

Katsotaan seuraavaksi, miten kasvun kannalta kriittisiä tietoja voidaan hankkia.

### **CRM-järjestelmä tasapainoon**

Yrityksen kasvaessa myynti, markkinointi ja asiakaspalvelu jaotellaan usein omiin yksittäisiin osastoihin, joista jokaiselle kootaan eri tiimi ja valitaan eri ohjelmistoratkaisu. Datan yhteensovittaminen ja integrointi erillisistä järjestelmistä on kuitenkin turhauttavaa, kallista ja aikaavievää.

Myynti- ja markkinointituloksista sekä asiakastytyväisyydestä saadun datan huono näkyvyys voi hidastaa kasvua ja aiheuttaa kalliita virheitä.

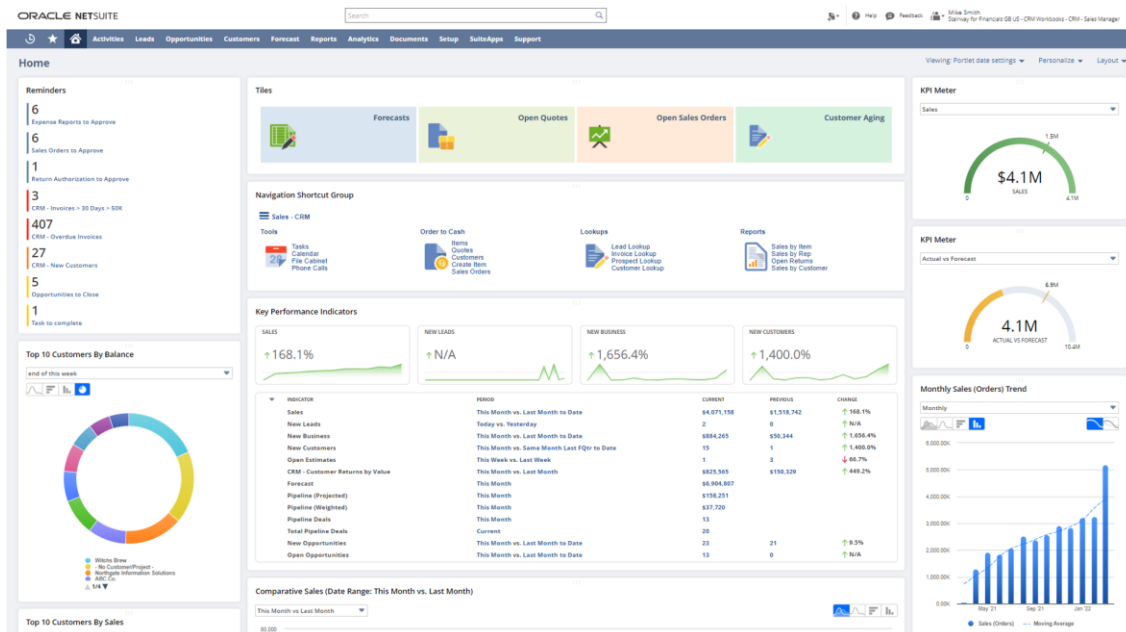
Myös yksittäisen järjestelmän käyttöön voi liittyä arvaamattomia haasteita. Yksinkertaiselta ja kaikille tiimeille sopivalta vaikuttava työkalu voikin osoittautua järjestelmäksi, jota kukaan ei osaa kunnolla käyttää. Jos työkalun toiminnot ovat puutteellisia ja joustavuus ei riitä, käyttöönotto on kankeaa ja lopulta koko toteutus voi epäonnistua.

CRM:n osalta on tärkeää löytää oikeanlainen tasapaino personoidun käyttäjäkokemuksen ja tiimien viestinnän välillä. Tämä voi vaikuttaa ratkaisevasti siihen, miten tehokkaasti järjestelmä tukee yrityksen kasvua. Siksi on tärkeää ymmärtää ja ottaa huomioon käyttäjien omat tarpeet, kun valitaan ratkaisuja markkinointiin, myyntiin ja asiakastukeen.

## Yhteinen tavoite, eri näkymät – myynnin tarpeet

Yrityksen CRM-alusta on myyntitiimin tukikohta, jonka tietoja myyjät hyödyntävät asiakashankinnassa, ennusteiden tekemisessä, myyntitavoitteiden seurannassa sekä uusintilausten ja lisämyynnin hallinnassa.

Kaikki CRM:n käyttäjät eivät kuitenkaan ole kiinnostuneet samoista asioista. Myyjille tärkeitä ovat välittömät tehtävät, kuten seuraavaksi tavoiteltava asiakas, päivän tapaamiset ja huomiota kaipaavat kaupat myyntiputkessa. Myyntitavoitteiden saavuttaminen tai jopa ylitys ovat etusijalla.



## Uusi myyntipäälliköiden koontinäyttö

Myyntipäälliköillä ja alaisilla on yhteinen tavoite: tee kauppoja ja kerää tuotot kotiin. Tässä roolissa tavoitteen saavuttaminen edellyttää sitä, että päälliköllä on hyvä yleiskuva tiimin tilanteesta. Myyntipäällikön tehtävänä on varmistaa, että myyjillä on tarvittavat resurssit ja tuki kaupan läpiviemiseksi. Heille on tärkeää tietää, milloin alaisille täytyy antaa palautetta tai tarjota tukea ja lisää koulutusta.

Myös markkinointitiimin tulokset ovat tärkeitä päälliköille, jotta myyjille voidaan välittää jatkuvasti laadukkaita liidejä. Myyntipäälliköt raportoivat tulokset johdolle mutta eivät halua käyttää paljoa aikaa tietojen etsimiseen ja raporttien laatimiseen. Tarkkojen ennusteiden laatimista varten tarvitaan helppo ja toistettavissa oleva menetelmä.

### **Mukautettu liidien seuranta – markkinoinnin tarpeet**

Tarkoituksellinen CRM-alusta on hyödyllinen myös markkinointitiimille. Asiakasluettelot ja kampanjaraportit tallennetaan usein eri järjestelmiin kuin myyntitiedot, jolloin tulojen lähde on vaikea jäljittää. Kun myyntisaavutuksia ei voida kohdistaa tiettyihin kampanjoihin, markkinointipäällikön on vaikea laskea sijoitetun pääoman tuotto prosenttia ja tehdä parannuksia tuleviin kampanjoihin tulosten optimoimiseksi.

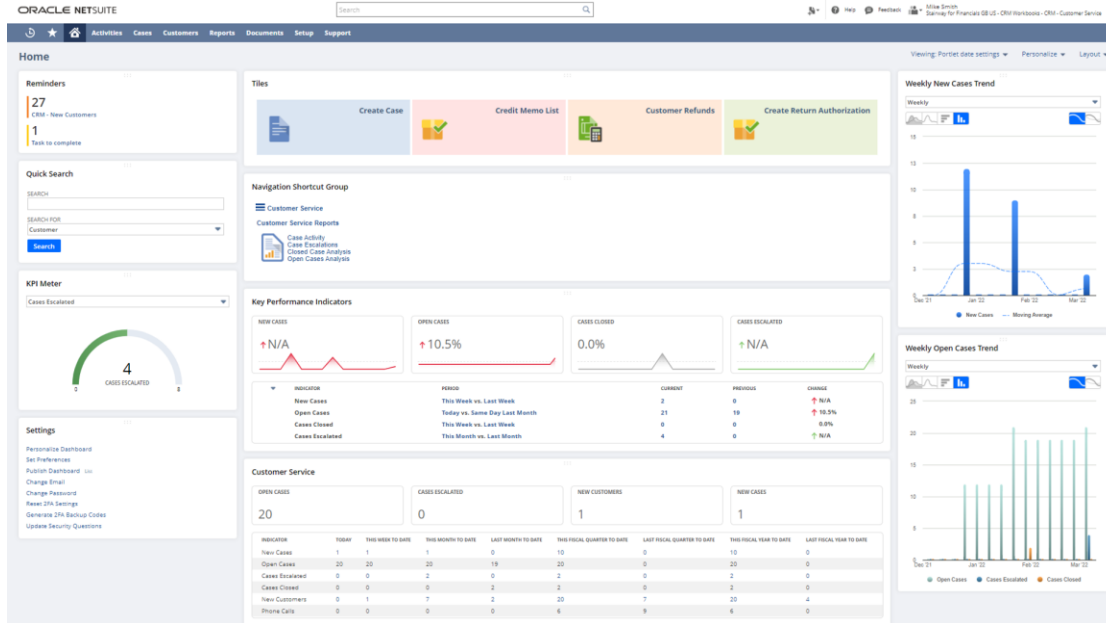
Automatisoinnin ensimmäinen vaihe monikanavaisten markkinointikampanjoiden ja myynnin yhteensovituksessa on määrittää yksi tietolähde liidille, mahdolliselle asiakkaalle ja asiakkaalle. Näin kampanjat voidaan segmentoida ja mukauttaa tehokkaasti.

Kun kampanja on käynnistynyt, tiimit voivat seurata markkinointiliidejä ja myyntipotentialiaalisia liidejä myynnin kanavoinnin kautta. Näin saadaan kuva siitä, mikä kampanja tuottaa laadukkaimpia liidejä ja viime kädessä myös eniten tuloja.

### **Pienet asiat muuttuvat merkityksellisiksi ajan mittaan – asiakastuen tarpeet**

Kun asiakas soittaa tukikeskukseen, hänellä on usein mielessään jokin tietty kysymys tai aihe. Tilanteesta riippumatta asiakas kuitenkin odottaa asiakaspalvelijalta valmiita vastauksia ja ratkaisuja.

Jotta asiakaspalvelijat voivat antaa tyydyttäviä ratkaisuja nopeasti, he tarvitsevat tietoja esimerkiksi asiakkaasta, aiemmista tilauksista, maksuhistoriasta, tuoteluetteloista ja varastosta. Jos asiakaspalvelijalla ei ole pääsyä CRM-tietoihin, jotka myynti-, varasto- ja taloushallintotiimit voivat nähdä, heidän on vaikea antaa tarkkoja ja hyödyllisiä vastauksia mahdollisesti tyytymättömille asiakkaille.



## Uusi asiakaspalvelun koontinäyttö

Asiakaspalvelijat tarvitsevatkin helposti käytettävien ja reaaliaikaisten asiakastietojen lisäksi järjestelmän, joka jakaa ja eskaloi tukitapaukset tehokkaasti. Joissain yrityksissä tukitapaukset jaetaan manuaalisesti ja käydään läpi yksitellen, ennen kuin niille valitaan käsittelijä. Tämä menetelmä hidastaa kuitenkin vastausaikaa, jolloin asiakas joutuu odottamaan jonossa turhan pitkään samalla, kun ongelma mahdollisesti kasvaa. Eskaloinnissa tapauksen automaattinen ja viivytyksetön välitys seuraavaksi parhaalle asiakaspalvelijalle voi ratkaista, saako yritys elinikäisen asiakkaan vai karkaavatko seuraavat kaupat käsistä.

Yritykset tarvitsevat monipuolisia, ajantasaisia ja kattavia tietoja, jotka ovat koko henkilöstön käytettävissä.

## Lisää NetSuite CRM -toimintoja

[NetSuite CRM](#) perustuu [NetSuite ERP](#) -alustaan, eli NetSuiten myynnin ja markkinoinnin automatisointi sekä asiakaspalvelun hallinta toimivat yhdessä tilausten ja varaston hallinnan sekä kaupan ja taloushallinnon toimintojen kanssa. Integroinnin ansiosta yritykset saavat reaaliaikaisia tietoja myyntiennusteista, markkinointiliidien luonnista ja asiakastytyvyydestä.

Uusi **CRM-ohjelmalisäke** tarjoaa asiakkaille entistä kattavampia CRM-toimintoja.

Ohjelmalisäkkeessä on huomioitu erilaisten CRM-järjestelmän käyttäjien tarpeet. Se sisältää uusia CRM-rooleja ja koontinäyttöjä myyjille, myyntipäälliköille, markkinointitiimeille ja asiakaspalvelijoille, jotta *kaikki* voivat helposti käyttää tärkeimpiä tarvitsemiaan NetSuite-toimintoja.

CRM-ohjelmalisäkkeessä on myös uusi **CRM Workbooks SuiteApp**, joka sisältää 10 valmiiksi määritettyä myynnin tehokkuuden suorituskykymittareihin perustuvaa SuiteAnalytics Workbook -työkirjaa. Omien raporttien laatiminen alusta asti voi viedä aikaa ja aiheuttaa virheitä. Tämä SuiteApp helpottaa myynnin raportointia, jotta aikaa ei kulu lukujen metsästyksen.

Ohjelmalisäkkeeseen sisältyvien CRM Workbook -työkirjojen avulla voit seurata CRM-raportoinnin parhaita käytäntöjä saumattomasti ja tarkastella tärkeitä myyntimittareita, jotka antavat tietoa esimerkiksi myyntimahdollisuuksien ennusteista, tarjousten konvertoitumisesta sekä voitettujen ja hävittyjen myyntimahdollisuuksien suhteista.

CRM-ohjelmalisäkkeessä on yrityksille valmiiksi määritettyjä myynnin ja markkinoinnin automatisointitoimintoja sekä asiakaspalvelun hallinnan johtavia käytäntöjä, jotta kaikille sovelluksen käyttäjille on saatavilla heidän roolejaan ja tehtäviään vastaavat työkalut ja tiedot oikealla hetkellä.

**CRM Add-On SuiteApp on nyt saatavilla [SuiteApp Marketplacessa](#). Katso [pyynnöstä saatava Suite Fundamentals -tuote-esittely](#), jos haluat lisätietoja NetSuite CRM -sovelluksesta ja CRM-ohjelmalisäkkeen toiminnoista.**