

Nytt CRM-tillägg i NetSuite: Förener CRM-användare genom personanpassade upplevelser

Laralyn Ellsworth, NetSuite CRM Principal Outbound Product Manager

Varje företag måste hitta, skaffa och behålla kunder. På nystartade företag kanske samma person utför alla uppgifter inom försäljning, marknadsföring och service som är förknippade med detta mål. Men allteftersom företaget växer kräver funktioner som ett fåtal individer tidigare kunde hantera nu hela team. Detta leder till utmaningar kring kommunikation, informationssynlighet och responstider – problem som ofta förvärras i takt med att informationssilor bildas runtom på företaget.

NetSuite har utformats för att vara en samlingsplats för alla data en verksamhet behöver för att fungera. Många företag börjar till exempel med ERP för att hantera ekonomin och upptäcker snart fördelarna med att lägga in sina sälj-, marknadsförings- och kundtjänstaktiviteter i NetSuite.

När det gäller hantering av kundrelationer kanske organisationer som använder NetSuite CRM för att effektivisera sina processer för säljssystem, marknadsföringsautomatisering och kundtjänsthantering också vill ha bättre insyn i säljprognoser, kampanjmått och eskalerade problem. Därför har NetSuite nu utökade CRM-funktioner för kunder via ett nytt **CRM-tillägg** som har roller och infopaneler som är specialutformade för säljchefer, säljare och marknadsförings- och kundtjänstteam. Det har dessutom fördefinierade **SuiteAnalytics-arbetsböcker** för att mäta försäljningsprestation.

Vi ska titta närmare på varför sådana insikter är så viktiga för tillväxt och hur du skaffar dem.

Balansgången med CRM

I takt med att de växer tar många företag itu med behoven inom försäljning, marknadsföring och service en avdelning i taget, vilket ofta leder till att olika team har olika programvarulösningar. Detta leder ofta till ett frustrerande, kostsamt och långvarigt arbete med att stämma av och integrera data som lagras i dessa separata system.

Under tiden kan dålig insyn i försäljningsprestationer, marknadsföringsresultat och kundtillfredsställelse leda till minskad tillväxt och kostsamma misstag.

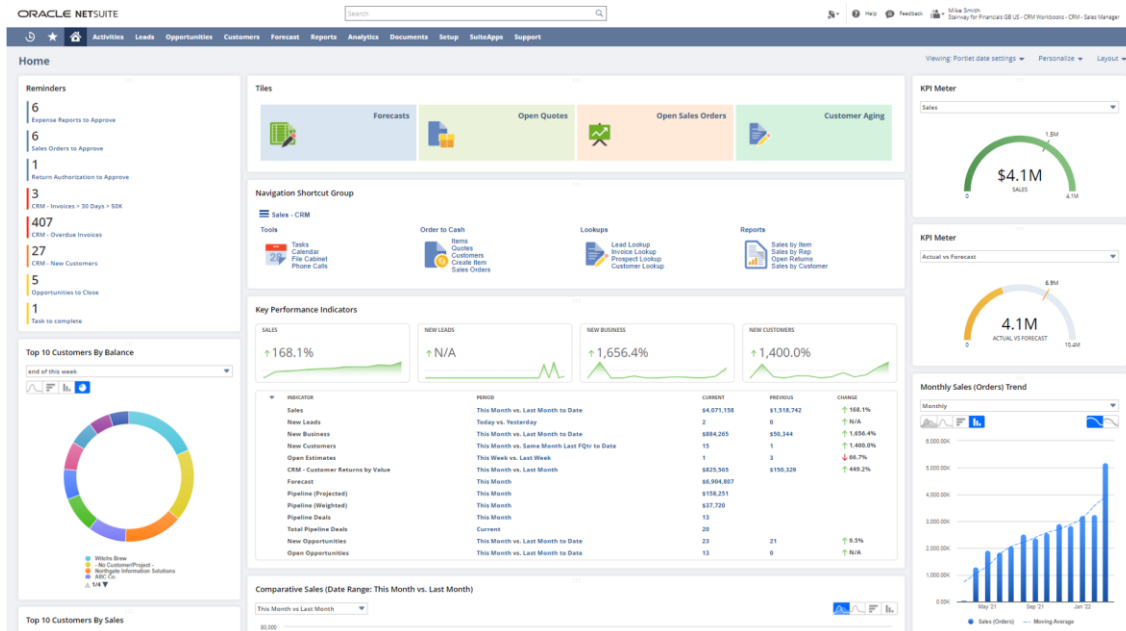
Men tyvärr kan det motsätta – ett enda system – också ha oförutsedda konsekvenser. Något som verkar vara ett enkelt verktyg för alla team att använda kan ofta visa sig vara ett dåligt alternativ för nästan alla. Otillräckliga funktioner och brist på flexibilitet leder till att få använder det och i slutändan till en misslyckad implementering.

När det gäller CRM kan rätt balans mellan anpassade användarupplevelser och anslutbarhet mellan team utgöra skillnaden mellan en långsam, jobbig implementering och snabb affärstillväxt. När så mycket står på spel är det viktigt att förstå och överväga användarnas unika behov när du väljer lösningar för marknadsföring, försäljning och kundsupport.

Gemensam vision, olika synpunkter: Vad säljare behöver

Din CRM-plattform ska vara säljteamets bas, en central informationskälla som kan användas för prospektering, prognoser, kvotbevakning och hantering av förnyelser och uppförsäljning.

Men alla CRM-användare är inte intresserade av samma saker. Säljare vill fokusera på omedelbara uppgifter, vem de ska ringa härnäst, vilka potentiella kunder de ska träffa idag och vilka affärer i pipeline som behöver åtgärdas. Deras främsta mål är att uppfylla eller överträffa sina kvoter.



Ny infopanel för försäljningschef

Försäljningschefer har samma vision som sina säljare: avsluta affärer och tjäna pengar. Men deras roll i att uppnå detta mål kräver ett fågelperspektiv av vad som sker ute på fältet. De vill se till att deras säljare har all den support och de resurser de behöver för att avsluta affärer, så de måste ta reda på när de behöver ge feedback, hjälp eller extra utbildning.

De vill också se till att marknadsföringsteamet ständigt fyller på säljteamets pipeline med kvalificerade leads så att säljarna har tillräckligt att göra. Och chefer måste rapportera till ledningen om försäljningsprestationer, men vill inte lägga mycket tid på att jaga efter data och skapa rapporter, så de behöver en enkel, upprepningsbar metod för att skapa en korrekt prognos.

Välinformerat och anpassat: vad marknadsförare behöver

Marknadsföringsteam behöver ett CRM-program som uppfyller även deras behov. Marknadsföringslistor och kampanjrapporter är ofta åtskilda från försäljningsdata i ett helt separat system, vilket gör det svårt att ge uppskattning till de som förtjänar det. När säljresultat inte kan hänföras till specifika marknadsföringskampanjer är det inte bara svårt för marknadsföringschefer att bevisa avkastning på investering, de kan dessutom inte finjustera framtida kampanjer för att optimera resultat.

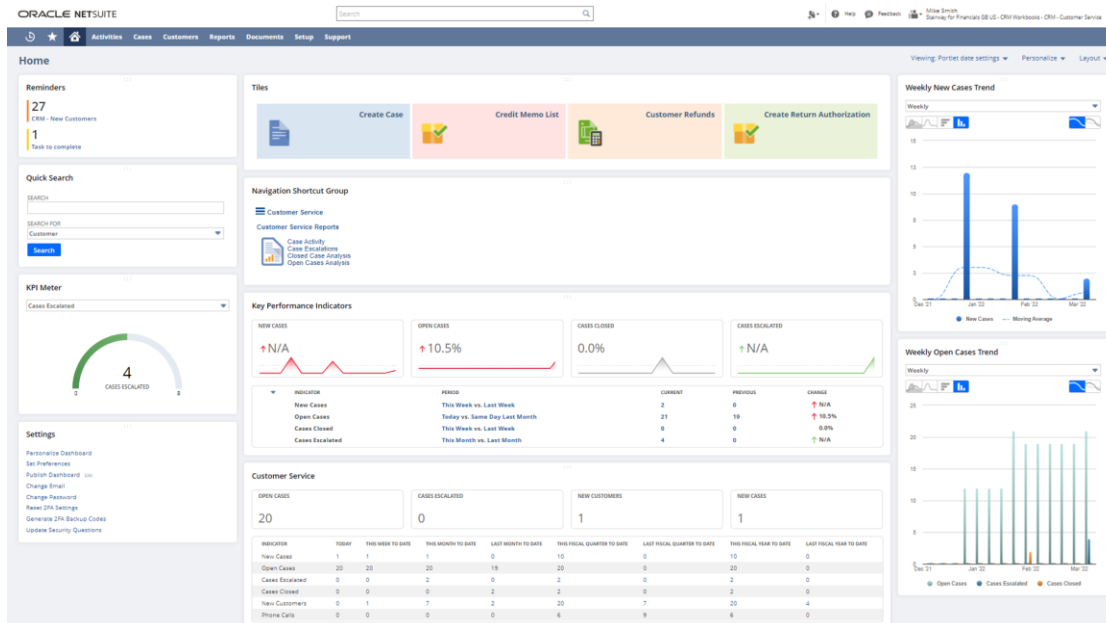
För att automatisera marknadsföringskampanjer i flera kanaler och koppla dem till säljinsatserna måste man börja med att ha en enda källa för leads-, prospekt- och kunddata så att kampanjer kan segmenteras och skräddarsys för att ha största möjliga inverkan.

När en kampanj lanseras kan team spåra leads kvalificerade genom marknadsföring och leads kvalificerade genom försäljning via säljtratten. Detta ger insikter i vilka kampanjer som ger leads av högst kvalitet – och i slutändan störst intäkter.

De små, små detaljerna ... OCH helhetsbilden: vad kundsupport behöver

Kunder som ringer ditt servicecenter har vanligtvis en mycket specifik fråga eller erfarenhet som de vill dela med sig av. Oavsett vad frågan gäller förväntar sig kunden att din kundtjänstrepresentant har svaren och lösningarna till hands.

För att snabbt kunna ge tillfredsställande lösningar måste kundtjänstrepresentanter ha tillgång till en stor mängd information, bland annat kunduppgifter, tidigare order, betalningshistorik, produktkataloger och lager. Om kundtjänstrepresentanter inte har tillgång till samma CRM-data som sälj-, lager- och ekonomiteam har de svårt att hitta och ge korrekta och användbara svar till potentiellt missnöjda kunder.



Ny infopanel för kundtjänst

Kundtjänstrepresentanter behöver inte bara enkel åtkomst till kunddata i realtid, de behöver också ett system som distribuerar och eskalerar supportärenden på ett effektivt sätt. Vissa företag tilldelar supportärenden manuellt och granskar dem individuellt innan de bestämmer vem som ska hantera varje ärende. Denna metod leder dock till längre första svarstid, så att kunden väntar i kö längre än nödvändigt och problemet kanske blir värre under tiden. Eskaleringar är nödvändiga, men automatisk tilldelning av ärendet till nästa bästa person utan dröjsmål kan innebära skillnaden mellan att få en livslång förespråkare och gå miste om framtida försäljning.

Företag behöver helt klart detaljerade, uppdaterade och fullständiga data som är åtkomliga inom hela verksamheten.

Utöka NetSuite CRM

[NetSuite CRM](#) bygger på [NetSuite ERP](#)-plattformen, vilket innebär att NetSuites säljsystem, kundtjänsthantering och marknadsautomatisering förenas internt med order- och lagerhantering, handel och ekonomi. Denna integrering ger företag realtidsinsikter i säljprognoser, leadsgenerering och kundtillfredsställelisedata.

Nu kan vi erbjuda ett nytt **CRM-tillägg** för kunder som vill ha ännu mer robusta CRM-funktioner.

Detta nya tillägg har nya CRM-roller och infopaneler för säljare, försäljningschefer, marknadsföring och kundtjänst. Det sätter de unika behoven hos *alla* dina CRM-användare i centrum och ger dem enkel åtkomst till de NetSuite-funktioner de använder mest.

CRM-tillägget har också en ny **CRM Workbooks SuiteApp** med 10 fördefinierade SuiteAnalytics-arbetsböcker fokuserade på nyckeltal för försäljningsprestation. Att utforma egna rapporter från grunden kan vara tidskrävande och leda till fel, så denna SuiteApp är utformad för att eliminera grovarbete och gissningar från försäljningsrapportering.

Med CRM-arbetsböckerna i tillägget kan du enkelt implementera bästa praxis för CRM-rapportering och få tillgång till viktiga försäljningssiffror, till exempel prognoser av affärsmöjligheter, konvertering från offerter till försäljning och vunna och förlorade affärsmöjligheter.

CRM-tillägget ger företag inbyggda etablerade rutiner för säljsystem, marknadsföringsautomatisering och kundtjänsthantering så att alla dina CRM-användare är utrustade med rätt verktyg och rätta data vid rätt tillfälle för sina unika roller och ansvarsområden.

CRM Add-On SuiteApp är nu tillgänglig på [marknadsplatsen för SuiteApps](#). Titta på [webbseminariet med produkt demon för Suite Fundamentals](#) om du vill veta mer om NetSuite CRM och hur CRM-tillägget fungerar i praktiken.