

NetSuite CRM Add-On ใหม่: การรวมผู้ใช้ CRM เป็นหนึ่งเดียวผ่านประสบการณ์การใช้งานส่วนบุคคล

Laralyn Ellsworth, NetSuite CRM Principal Outbound Product Manager

ทุกธุรกิจจำเป็นต้องหาลูกค้า ได้ลูกค้ามา และรักษาลูกค้าไว้ สำหรับบริษัทเกิดใหม่ บุคคลเดียวอาจทำหน้าที่ด้านการขาย การตลาด และการบริการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายนี้ อย่างไรก็ตาม เมื่อธุรกิจเติบโตขึ้น หน้าที่ที่ไม่ก็คนก็สามารถจัดการได้ก่อนหน้านี้ ไม่ช้าก็กลับกลายเป็นว่าจะต้องใช้ทั้งทีมในการจัดการ ซึ่งนำไปสู่ความท้าทายด้านการสื่อสาร ความสามารถในการเห็นข้อมูล และเวลาการตอบสนอง ซึ่งเป็นปัญหาที่มักจะหนักขึ้นเมื่อแต่ละฝ่ายต่างมีคลังข้อมูลแยกของตนเอง เกิดทั่วทั้งบริษัท

NetSuite ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้เป็นที่แห่งเดียวสำหรับเก็บข้อมูลทั้งหมดที่ธุรกิจจำเป็นต้องใช้ดำเนินการ หลายบริษัทเริ่มต้นด้วย ERP ในการจัดการด้านการเงิน และในไม่ช้าก็พบประโยชน์ของการนำกิจกรรมการขาย การตลาด และการบริการลูกค้ามาสู่ NetSuite เป็นต้น

เมื่อองค์กรที่มุ่งเน้นการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และพึ่งพา NetSuite CRM ในการปรับปรุงระบบการขายอัตโนมัติ ระบบการตลาดอัตโนมัติ และกระบวนการจัดการบริการลูกค้าอาจต้องใช้การแสดงผลข้อมูลที่มากขึ้นเกี่ยวกับประมาณการยอดขาย เมตริกสำหรับแคมเปญ และปัญหาที่ต้องส่งเรื่องต่อ นั่นคือเหตุผลที่ NetSuite มอบความสามารถด้าน CRM เพิ่มเติมสำหรับลูกค้าผ่าน **CRM Add-On** ใหม่ที่ให้บทบาทและแดชบอร์ดที่ปรับแต่งเป็นพิเศษสำหรับผู้จัดการฝ่ายขาย ตัวแทนฝ่ายขาย และทีมการตลาดและบริการลูกค้า พร้อมกับ **SuiteAnalytics Workbooks** ที่สร้างไว้ล่วงหน้าเพื่อช่วยวัดประสิทธิภาพการขาย

มาดูกันว่าทำไมข้อมูลเชิงลึกดังกล่าวจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโต และจะได้ข้อมูลนั้นมาอย่างไร

การสร้างสมดุลของ CRM

ธุรกิจหลายแห่งมีการขยายตัวมากขึ้น จึงต้องตอบสนองความต้องการของฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด และฝ่ายบริการที่ละฝ่าย สุดท้ายลงเอยด้วยการใช้โซลูชันซอฟต์แวร์ที่แตกต่างกันสำหรับแต่ละทีม สิ่งก็ตามมาบ่อยครั้งคือความพยายามที่ชวนท้อแท้ใจ มีค่าใช้จ่ายสูง และยืดยาวออกไปในการเชื่อมโยงและผสานรวมข้อมูลที่เก็บไว้ในระบบที่แตกต่างกันเหล่านี้

ในขณะเดียวกัน การแสดงผลข้อมูลที่ไม่ชัดเจนเกี่ยวกับประสิทธิภาพการขาย ผลลัพธ์ทางการตลาด และความพึงพอใจของลูกค้าอาจทำให้การเติบโตหยุดชะงักและนำไปสู่ความผิดพลาดที่มีค่าใช้จ่ายสูง

น่าเสียดายที่แนวทางที่ตรงกันข้าม ซึ่งก็คือการใช้ระบบเดียวนั้น อาจส่งผลที่คาดไม่ถึงเช่นกัน สิ่งที่ดีเหมือนจะเป็นเครื่องมือที่ไม่ซับซ้อน ออกแบบมาเพื่อให้ทุกคนใช้งานได้ และมีไว้สำหรับ

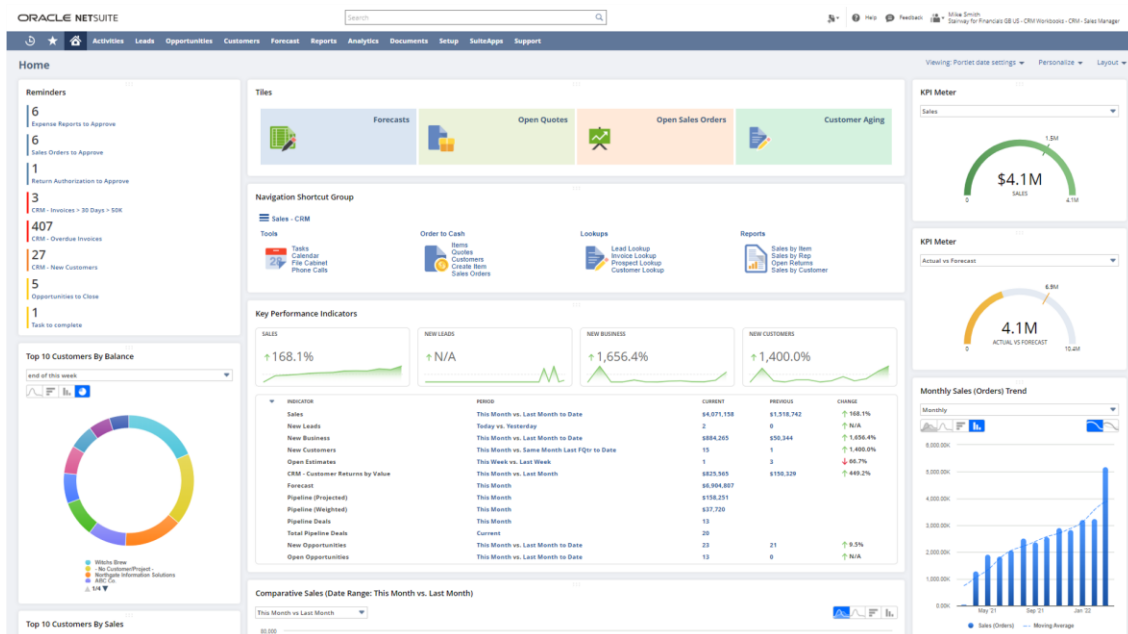
ใช้งานระหว่างทีมต่างๆ มักจะกลายเป็นเครื่องมือที่ไม่เหมาะกับทุกคน ฟังก์ชันที่ไม่เพียงพอและขาดความยืดหยุ่นจะนำไปสู่การใช้งานที่ไม่สมบูรณ์ และในที่สุดก็ล้มเหลวในการนำไปปรับใช้งานจริง

ในแง่มุมมองของ CRM นั้น การพบจุดสมมติระหว่างประสบการณ์ผู้ใช้เฉพาะบุคคลและการเชื่อมต่องานกันระหว่างทีม อาจสร้างความแตกต่างถึงขั้นเปลี่ยนการทำงานที่ยากลำบากอย่างเชื่องช้าไปเป็นการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจได้เลย ด้วยการเติมพลังเช่นนี้ คุณควรทำความเข้าใจและพิจารณาถึงความต้องการเฉพาะของผู้ใช้ของคุณ เมื่อต้องเลือกโซลูชันสำหรับฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย และฝ่ายสนับสนุนลูกค้า

วิสัยทัศน์ร่วมกัน มุมมองที่แตกต่าง: สิ่งที่ฝ่ายขายต้องการ

แพลตฟอร์ม CRM ของคุณควรเป็นฐานหลักสำหรับทีมขายของคุณ โดยเป็นแหล่งข้อมูลส่วนกลางสำคัญที่เชื่อถือได้สำหรับการกำหนดผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็นลูกค้า การประมาณการ การติดตามโควตา และการจัดการการต่ออายุและการขายต่ออายุ

อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้ CRM ไม่ได้สนใจในสิ่งเดียวกันทั้งหมด ตัวแทนฝ่ายขายต้องการมุ่งเน้นไปที่งานเร่งด่วน เช่น บุคคลถัดไปที่จะโทรหา ผู้มีแนวโน้มจะเป็นลูกค้ารายใดที่พวกเขาจะต้องพบในวันนี้ และข้อตกลงใดในไปป์ไลน์ที่ต้องให้ความสนใจ เป้าหมายหลักของพวกเขาคือการบรรลุหรือเกินโควตา



แดชบอร์ดใหม่ของผู้จัดการฝ่ายขาย

ผู้จัดการฝ่ายขายมีวิสัยทัศน์เดียวกันกับตัวแทนฝ่ายขาย กล่าวคือ ปิดการขายและสร้างรายได้
อย่างไรก็ตาม บทบาทของผู้จัดการฝ่ายขายในการบรรลุวิสัยทัศน์นั้น จำเป็นต้องมีมุมมอง
ทางอากาศของสิ่งที่เกิดขึ้นบนพื้นดิน ผู้จัดการฝ่ายขายต้องการแน่ใจว่าตัวแทนของพวกเขา
จะได้รับการสนับสนุนและมีทรัพยากรที่จำเป็นในการได้ข้อตกลงในท้ายที่สุด ดังนั้นพวกเขาจึง
จำเป็นต้องระบุได้ว่า เมื่อใดที่ควรให้ข้อเสนอแนะ ความช่วยเหลือ หรือการฝึกอบรมเพิ่มเติม

ผู้จัดการฝ่ายขายยังต้องการแน่ใจด้วยว่า ฝ่ายการตลาดจะสนับสนุนไปป์ไลน์ของทีมตนอย่าง
สม่ำเสมอด้วยการหาผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าที่มีคุณสมบัติเหมาะสม เพื่อให้ตัวแทนมีงาน
ทำตลอดเวลา และผู้จัดการจะต้องรายงานกลับไปผู้บริหารระดับสูงเกี่ยวกับประสิทธิภาพการขาย
แต่ไม่ต้องการใช้เวลามากมายในการค้นหาข้อมูลและจัดทำรายงาน ดังนั้นพวกเขาต้องการวิธีการ
ที่ง่ายและทำซ้ำได้เพื่อให้ได้ประมาณการที่แม่นยำ

ไม่พลาดข่าวสารและปรับแต่งได้: สิ่งที่ฝ่ายการตลาดต้องการ

ทีมการตลาดต้องการ CRM ที่สามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้เช่นกัน ปอยครั้ง
รายการการตลาดและรายงานแคมเปญถูกเก็บไว้แยกต่างหากจากข้อมูลการขายในระบบที่แยก
จากกันโดยสิ้นเชิง ทำให้ยากที่จะให้เครดิตเมื่อถึงกำหนดที่ต้องระบุเครดิตการทำงาน
เมื่อความสำเร็จในการขายไม่สามารถบอกได้ว่ามาจากแคมเปญการตลาดที่เฉพาะเจาะจงใด
ผู้จัดการฝ่ายการตลาดไม่เพียงแต่ต้องยุ่งยากในการพิสูจน์ ROI เท่านั้น แต่ยังไม่สามารถปรับ
แคมเปญในอนาคตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผลลัพธ์อีกด้วย

การทำแคมเปญการตลาดแบบหลายช่องทางโดยอัตโนมัติให้สอดคล้องกับความพยายามของ
ฝ่ายขายเริ่มต้นด้วยการมีแหล่งข้อมูลผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้า ผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็นลูกค้า และ
ข้อมูลลูกค้าเพียงแหล่งเดียว เพื่อให้สามารถแบ่งกลุ่มแคมเปญและปรับแต่งให้มีผลลัพธ์ทางบวก
มากที่สุดได้

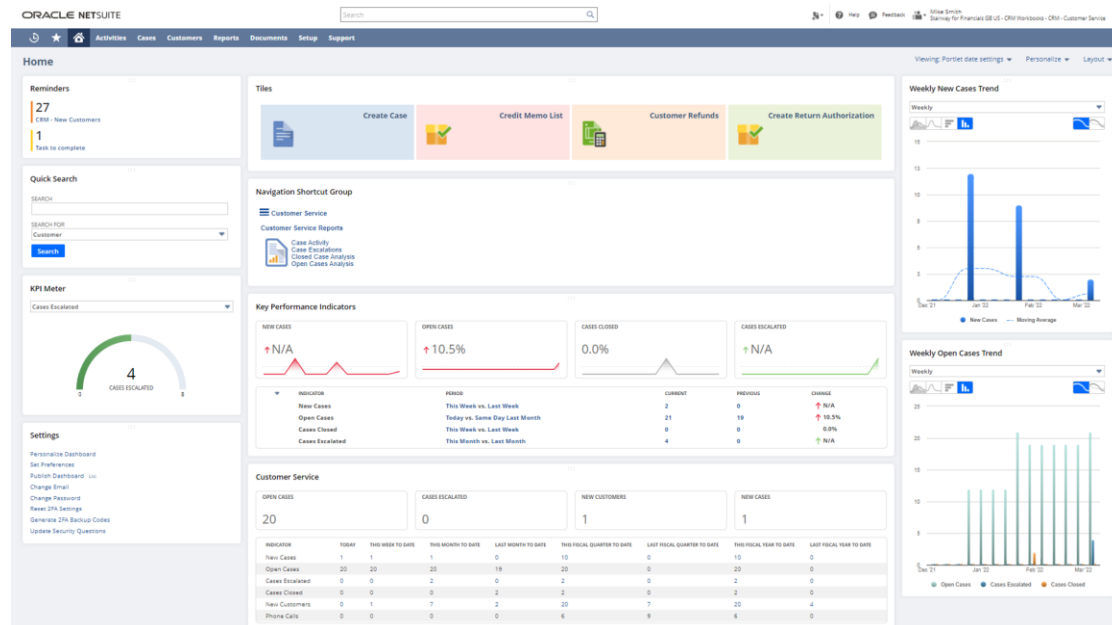
เมื่อเปิดตัวแคมเปญแล้ว ทีมสามารถติดตามผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าที่มีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับ
การตลาด (MQL) และผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าที่มีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับการขาย (SQL)
ผ่านกระบวนการตัดสินใจของลูกค้า ซึ่งให้ข้อมูลเชิงลึกว่าแคมเปญใดสร้างผู้ที่คาดว่าจะเป็
ลูกค้าคุณภาพสูงที่สุดและทำรายได้มากที่สุด

รายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ และภาพรวมที่ใหญ่: สิ่งที่ฝ่ายบริการลูกค้าต้องการ

ลูกค้าที่โทรมายังศูนย์บริการของคุณมักจะมีคำถามที่เฉพาะเจาะจงหรือประสบการณ์ที่จะแบ่งปัน
ไม่ว่าสถานการณ์จะเป็นแบบไหน ลูกค้าก็คาดหวังให้ตัวแทนของคุณมีคำตอบและแนวทาง
แก้ไขพร้อม

เพื่อให้วิธีการแก้ปัญหาที่น่าพอใจในเวลาที่เหมาะสม ตัวแทนฝ่ายบริการลูกค้าจะต้องเข้าถึงข้อมูล
ที่หลากหลาย รวมถึงรายละเอียดลูกค้า คำสั่งซื้อที่ผ่านมา ประวัติการชำระเงิน แคตตาล็อก

ผลิตภัณฑ์ และสินค้าคงคลัง หากไม่ได้เข้าถึงข้อมูล CRM เดียวกันกับที่ทีมขาย ทีมคลังสินค้า และทีมการเงินของคุณเห็น ตัวแทนฝ่ายบริการจะมีความยุ่งยากในการค้นหาและมอบคำตอบ ที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์แก่ลูกค้าที่อาจไม่พอใจ



แดชบอร์ดฝ่ายบริการลูกค้าใหม่

ตัวแทนฝ่ายบริการไม่เพียงแต่ต้องการเข้าถึงข้อมูลลูกค้าแบบเรียลไทม์ได้ง่ายเท่านั้น แต่ยังต้องการระบบที่มอบหมายและส่งต่อเคสการสนับสนุนอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่บางธุรกิจมอบหมายเคสการสนับสนุนด้วยตนเอง โดยตรวจสอบทีละเคสก่อนที่จะตัดสินใจว่าใครจะจัดการ แต่ละเคส วิธีนี้จะทำให้เวลาในการตอบกลับครั้งแรกช้าลง ปล่อยให้ลูกค้ารออยู่ในคิวนานเกินความจำเป็น และอาจทำให้ปัญหาเลวร้ายลงยิ่งขึ้นในระหว่างนี้ เมื่อจำเป็นต้องมีการส่งเรื่องต่อการมอบหมายเคสให้กับบุคคลที่เหมาะสมที่สุดคนถัดไปโดยอัตโนมัติโดยไม่รอช้า อาจสร้างความแตกต่างถึงขั้นทำให้ชนะใจลูกค้าตลอดชีวิต แทนที่จะเป็นการสูญเสียยอดขายในอนาคต

เห็นได้ชัดว่าบริษัทต่างๆ ต้องการข้อมูลที่สมบูรณ์ ทันเวลา และครบถ้วนที่สามารถเข้าถึงได้ทั่วทั้งธุรกิจ

การขาย NetSuite CRM

[NetSuite CRM](#) สร้างขึ้นบนแพลตฟอร์ม [NetSuite ERP](#) ซึ่งหมายความว่าการขายอัตโนมัติ การจัดการบริการลูกค้า และระบบการตลาดอัตโนมัติของ NetSuite นั้น เป็นหนึ่งเดียวกับการจัดการออร์เดอร์และสินค้าคงคลัง การค้า และการเงิน การผสมรวมดังกล่าวช่วยให้ธุรกิจได้รับข้อมูลเชิงลึกแบบเรียลไทม์เกี่ยวกับประมาณการยอดขาย การสร้างผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าทางการตลาด และข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้า

ขณะนี้ **CRM Add-On** ใหม่มีให้บริการสำหรับลูกค้าที่ต้องการความสามารถด้าน CRM ที่แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

Add-On ที่เพิ่งเปิดตัวเร็วๆ นี้ มีบทบาทและแดชบอร์ด CRM ใหม่สำหรับตัวแทนฝ่ายขาย ผู้จัดการฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด และฝ่ายบริการลูกค้า สร้างโดยคำนึงถึงความจำเป็นเฉพาะของผู้ใช้ CRM ทั้งหมดเป็นหลัก และให้ผู้ใช้เหล่านั้นเข้าถึงความสามารถ NetSuite ที่ใช้บ่อยที่สุดได้อย่างง่ายดาย

นอกจากนี้ CRM Add-On ยังมี **CRM Workbooks SuiteApp** ใหม่ที่มี SuiteAnalytics Workbooks ที่สร้างไว้ล่วงหน้า 10 รายการ ซึ่งเน้นที่ KPI ประสิทธิภาพการขาย การสร้างรายงานของคุณเองตั้งแต่ต้นอาจใช้เวลานานและเกิดข้อผิดพลาดได้ง่าย SuiteApp นี้จึงได้รับการออกแบบมาเพื่อช่วยรับมืองานหนักดังกล่าว รวมถึงการคาดเดาจากการรายงานการขาย

CRM Workbooks ที่รวมอยู่ใน Add-On ช่วยให้คุณนำแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดในการรายงาน CRM มาใช้อย่างราบรื่น และเข้าถึงเมตริกประสิทธิภาพการขายที่สำคัญ เช่น ประสิทธิภาพโอกาสทางการขาย การแปลงใบเสนอราคาเป็นยอดขาย และโอกาสที่ได้มาเมื่อเทียบกับที่สูญเสียไป

CRM Add-On ช่วยให้ธุรกิจมีระบบการขายอัตโนมัติในตัว ระบบการตลาดอัตโนมัติ และแนวทางปฏิบัติขั้นนำในการจัดการบริการลูกค้า ดังนั้น ผู้ใช้ CRM ของคุณทุกคนจึงได้รับเครื่องมือที่เหมาะสมและข้อมูลที่ต้องการในเวลาที่เหมาะสมสำหรับบทบาทและความรับผิดชอบเฉพาะของพวกเขา

ขณะนี้ **CRM Add-On SuiteApp** พร้อมให้ใช้งานแล้วใน [SuiteApp Marketplace](#) ดู [การสัมมนาผ่านเว็บสาริตผลิตภัณฑ์ Suite Fundamentals](#) ตามความต้องการเพื่อเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับ NetSuite CRM และดูการทำงานของ CRM Add-On