Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego

Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską

Zarządzanie relacjami z klientem z wykorzystaniem systemu CRM

ZESTAW ĆWICZEŃ

Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez Utworów Zależnych 4.0 Międzynarodowa

WYŻSZA SZKOŁA TURYSTYKI I EKOLOGII

Projekt:
„Oferta uczelni dla transformacji energetycznej w Małopolsce Zachodniej”
Nr projektu:
FERS.01.05-IP.08-0452/23
Okres realizacji projektu:
01.09.2024 – 31.08.2026

Małopolska Organizacja Turystyczna

Spis treści

1. ĆWICZENIA Z ZARZĄDZANIA KLIENTAMI 3

2. ĆWICZENIA Z ZARZĄDZANIA SPRZEDAŻĄ 5

3. ĆWICZENIA Z AUTOMATYZACJI PROCESÓW 7

5. ĆWICZENIA Z AUTOMATYZACJI PROCESÓW (KONTYNUACJA) 8

6. ĆWICZENIA Z RAPORTOWANIA I ANALIZY 9

7. ĆWICZENIA Z OBSŁUGI KLIENTA 11

8. ĆWICZENIA Z PEŁNEGO PROCESU ZARZĄDZANIA RELACJAMI 13

1. Ćwiczenia z zarządzania klientami

Dodawanie i zarządzanie klientami

- **Cel:** Nauka wprowadzania nowych danych klientów oraz ich aktualizacji w systemie CRM.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Dodaj pięciu nowych klientów, wypełniając szczegółowe pola, takie jak: imię, nazwisko, firma, adres e-mail, telefon, branża, lokalizacja.
  2. Zaktualizuj dane jednego z klientów (zmiana numeru telefonu i dodanie notatki z ostatniego kontaktu).
  3. Przypisz jednego klienta do kategorii „kluczowy” i oznacz go w CRM.

Segmentacja klientów według kryteriów biznesowych

- **Cel:** Praktyka grupowania klientów na podstawie różnych kryteriów.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Stwórz segmenty klientów według dwóch kryteriów: lokalizacja (np. region) i branża.
  2. Przypisz istniejących klientów do odpowiednich segmentów.
  3. Przygotuj raport pokazujący liczbę klientów w każdym segmencie.

Historia interakcji z klientem

- **Cel:** Analiza interakcji w celu przygotowania się do dalszych działań.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Wybierz klienta, który miał najwięcej interakcji w ostatnim miesiącu.
  2. Przeanalizuj historię kontaktów, w tym e-maile, rozmowy telefoniczne i spotkania.
  3. Przygotuj w CRM notatkę z rekomendacjami dla kolejnych działań.

Zarządzanie nieaktywnymi klientami

- **Cel:** Aktywowanie klientów, którzy od dawna nie wykazują aktywności.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Zidentyfikuj klientów, którzy nie dokonali transakcji w ciągu ostatnich 6 miesięcy.
  2. Opracuj kampanię przypominającą w CRM, wykorzystując automatyczne e-maile.
  3. Zarejestruj wyniki kampanii w systemie (np. odpowiedzi klientów, nowe zamówienia).

2. Ćwiczenia z zarządzania sprzedażą

Konfiguracja lejka sprzedażowego

- **Cel:** Tworzenie etapów procesu sprzedaży i ich konfiguracja w CRM.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Utwórz nowy lejek sprzedażowy z etapami: Generowanie leadów, Kwalifikacja, Prezentacja oferty, Negocjacje, Zamknięcie sprzedaży.
  2. Określ wymagane dane na każdym etapie, np. lead scoring na etapie kwalifikacji.
  3. Dodaj trzy szanse sprzedażowe i przypisz je do odpowiednich etapów.

Dodawanie szans sprzedażowych i przypisywanie odpowiedzialnych

- **Cel:** Nauka zarządzania szansami sprzedażowymi w CRM.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Wprowadź pięć nowych szans sprzedażowych, określając wartości, produkty i daty zakończenia.
  2. Przypisz każdą szansę do członka zespołu sprzedaży.
  3. Ustaw przypomnienia o follow-upach dla wybranych szans.

Aktualizacja statusów szans sprzedażowych

- **Cel:** Utrzymanie aktualności danych w CRM.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Wybierz dwie istniejące szanse sprzedażowe: jedną oznacz jako „Wygraną”, a drugą jako „Przegraną”.
  2. Dla przegranej szansy dodaj notatkę z opisem przyczyny niepowodzenia.

3. Przeanalizuj czas spędzony na każdym etapie przez wygraną szansę.

Monitorowanie postępów w sprzedaży

- **Cel:** Analiza postępów w procesie sprzedaży.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Wygeneruj raport pokazujący liczbę szans na każdym etapie lejka sprzedażowego.
  2. Zidentyfikuj potencjalne wąskie gardła i zaproponuj usprawnienia.
  3. Przygotuj podsumowanie wyników w formie graficznej.

3. Ćwiczenia z automatyzacji procesów

Konfiguracja przypomnień dla zespołu sprzedaży

- **Cel:** Automatyzacja zarządzania zadaniami.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Ustaw przypomnienia dla zespołu sprzedaży o konieczności follow-upu po 5 dniach od pierwszego kontaktu z klientem.
  2. Przetestuj działanie przypomnień, oznaczając kilka zadań jako „wykonane”.

Tworzenie szablonów komunikacji

- **Cel:** Przygotowanie szablonów wiadomości w CRM.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Utwórz szablon e-maila z podziękowaniem za kontakt, uwzględniając automatyczne wstawianie danych klienta.
  2. Przetestuj szablon, wysyłając go do wybranych klientów.

5. Ćwiczenia z automatyzacji procesów (kontynuacja)

Automatyzacja wysyłki raportów

- **Cel:** Ułatwienie przekazywania danych kierownictwu.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Skonfiguruj cotygodniową wysyłkę raportów sprzedażowych do menedżera zespołu.
  2. Wybierz kluczowe wskaźniki KPI do raportu (np. liczba zamkniętych szans, wartość przychodów).
  3. Przetestuj wysyłkę, generując próbny raport.

Alerty o nieaktywnych klientach

- **Cel:** Automatyczne monitorowanie aktywności klientów.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Ustaw alert, który informuje zespół o braku aktywności klienta przez 30 dni.
  2. Przypisz zadanie kontaktu z takim klientem do wybranego pracownika.
  3. Zarejestruj podjęte działania w CRM.

6. Ćwiczenia z raportowania i analizy

Generowanie raportu sprzedaży kwartalnej

- **Cel:** Analiza wyników sprzedażowych w wybranym okresie.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Przygotuj raport sprzedaży za ostatni kwartał, uwzględniając regiony i zespoły sprzedażowe.
  2. Zidentyfikuj region o najwyższych przychodach oraz najsłabsze wyniki zespołu.
  3. Przedstaw wyniki w formie graficznej (wykres kołowy i słupkowy).

Analiza segmentacji klientów

- **Cel:** Ocena skuteczności działań marketingowych dla różnych grup klientów.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Wygeneruj raport pokazujący, które segmenty klientów generują największe przychody.
  2. Na podstawie raportu zaproponuj trzy działania mające na celu zwiększenie sprzedaży w najsłabszych segmentach.

Porównanie wyników zespołów sprzedażowych

- **Cel:** Analiza efektywności pracy zespołów.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Porównaj efektywność dwóch zespołów sprzedażowych w ostatnich trzech miesiącach na podstawie liczby zamkniętych szans i wartości przychodów.
  2. Zidentyfikuj najlepszy i najsłabszy wynik.

3. Przygotuj rekomendacje dla poprawy efektywności słabszego zespołu.

Prognozowanie wyników sprzedaży

- **Cel:** Planowanie przyszłych działań na podstawie danych historycznych.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Na podstawie wyników z ostatnich dwóch kwartałów przygotuj prognozę sprzedaży na następny okres.
  2. Zidentyfikuj trendy i potencjalne ryzyka dla osiągnięcia założonych celów.
  3. Przedstaw wyniki w formie raportu.

7. Ćwiczenia z obsługi klienta

Rejestracja zgłoszenia reklamacyjnego

- **Cel:** Doskonalenie obsługi zgłoszeń serwisowych w CRM.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Dodaj nowe zgłoszenie reklamacyjne w systemie CRM, uwzględniając dane: opis problemu, datę zgłoszenia, klienta, przypisanie osoby odpowiedzialnej.
  2. Dodaj plan działań naprawczych i ustal termin rozwiązania.
  3. Zaktualizuj status zgłoszenia po rozwiązaniu problemu.

Obsługa posprzedażowa

- **Cel:** Monitorowanie satysfakcji klientów po transakcji.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Utwórz ankietę satysfakcji klienta w systemie CRM.
  2. Wyślij ankietę do klientów, którzy dokonali zakupu w ostatnim miesiącu.
  3. Zarejestruj wyniki w CRM i wygeneruj raport pokazujący poziom zadowolenia klientów.

Monitorowanie zgłoszeń serwisowych

- **Cel:** Utrzymanie porządku i priorytetyzacja działań w obszarze serwisowym.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Wyświetl listę wszystkich otwartych zgłoszeń serwisowych w systemie CRM.

2. Przypisz status „pilne” do zgłoszeń z terminem realizacji w ciągu najbliższych 24 godzin.
3. Zaktualizuj status dwóch zgłoszeń na „rozwiązane” i dodaj notatki z opisem wykonanych działań.

8. Ćwiczenia z pełnego procesu zarządzania relacjami

Symulacja pełnego procesu zarządzania relacjami

- **Cel:** Praktyka zastosowania CRM w kompleksowym cyklu od pozyskania klienta do obsługi posprzedażowej.
- **Opis ćwiczenia:**
  1. Dodaj do systemu nowego klienta i zarejestruj pierwszą interakcję (np. telefon, e-mail).
  2. Utwórz szansę sprzedażową i przeprowadź ją przez wszystkie etapy lejka sprzedażowego.
  3. Po zamknięciu sprzedaży, zarejestruj follow-up z klientem, wyślij ankietę satysfakcji i wygeneruj raport podsumowujący proces.